

**Incidencia de los medios de comunicación televisivos más vistos en Colombia (CARACOL Y RCN), en la toma de decisiones jurídicas y políticas de los Bogotanos, especialmente en la localidad de Ciudad Bolívar.**

**HECTOR ANDRÉS MUÑOZ RAMIREZ**

**Universidad Colegio Mayor De Cundinamarca  
Facultad De Derecho  
Bogotá D.C  
Junio de 2018**



**Incidencia de los medios de comunicación televisivos más vistos en Colombia (CARACOL Y RCN), en la toma de decisiones jurídicas y políticas de los Bogotanos, especialmente en la localidad de Ciudad Bolívar.**

**Trabajo de grado para optar al título de abogado**

**Presentando por:**

**Héctor Andrés Muñoz Ramírez**

**Universidad Colegio Mayor De Cundinamarca**

**Facultad De Derecho**

**Programa De Derecho**

**Bogotá D.C**

**Junio de 2018**

*NOTA DE ACEPTACIÓN*

*Asesor Temático*

*Over Humberto Serrano*

*Asesor Metodológico*

*Over Humberto Serrano*

*Jurado 1*

---

*Jurado 2*

---

*Fecha 29 de octubre de 2018*

*Las opiniones expresadas en el presente documento son de responsabilidad exclusiva del o de los autores y no comprometen de ninguna forma a la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca y/o a su Facultad de Derecho.*

*Esta tesis está dedicada a:*

*Mis padres Héctor Eliecer Muñoz y Martha Ramírez, quienes me han acompañado desde mis primeros pasos académicos, hasta el día de hoy, con esfuerzo, dedicación y sobre todo, con mucho amor.*

*Mis padres son los únicos que merecen la dedicación de tan alto esfuerzo, solo por ellos y con ellos estoy a portas de culminar mi primer sueño.*

## AGRADECIMIENTOS

*Infinito agradecimiento a las personas que han aportado desde todas la aéreas, para la consecución de tan alto logro académico, especialmente a mi familia, que ha sido la forjadora de valores éticos y morales en mi, y sobre todo, queda agradecerles por acompañarme en cada paso que he dado, que desde luego no ha sido fácil, pero con el esfuerzo y apoyo incondicional que me han brindado, he podido levantarme cada vez que he visto el camino nublado.*

*Agradezco a los profesores que a lo largo de este camino han aportado conocimiento, sabiduría, pedagogía y mucho amor en esta apreciada área del Derecho, especialmente al Doctor Over Serrano y a la Doctora Myriam Sepúlveda.*

## RESUMEN

Los medios de comunicación televisivos en Colombia, se inauguraron bajo los principios de educación, cultura e información, con el paso del tiempo debido al auge neoliberal y capitalista fueron privatizándose, perdiendo notoriamente los principios y fines iniciales. Debido a esto se logra demostrar que en Colombia existe un vacío legislativo en materia de regulación televisiva, y que la televisión actualmente sigue teniendo incidencia alta en las decisiones políticas y jurídicas de las personas. A través de trabajo documental y de campo, se estableció que la Localidad de Ciudad Bolívar, es la más vulnerable de Bogotá entorno a la incidencia de estos medios, demostrándose a través de encuestas y entrevistas que RCN y Caracol tuvo principal incidencia a través de su discurso, en la votación a favor del No en el plebiscito por la paz del día 2 de octubre de 2016. Debido a esto, nace como alternativa de intervención, la radicación de un proyecto de ley de regulación de medios televisivos, que posiciona como fin primordial la recreación de los fines de educación, cultura e información obligatoria en televisión, y la puesta en marcha de foros de concientización acerca de la incidencia de la televisión.

### Palabras Clave

Medio de comunicación, incidencia, discurso, vulnerabilidad, televisión.

## **Abstract**

the television media in Colombia, were inaugurated under the principles of education, cultural and information, with the passage of time due to the neoliberal and capitalist boom were privatizing, losing notoriously the principles and ends. It was demonstrated that there is a legislative vacuum in the area of television regulation in Colombia, and that television currently continues to have a high impact on people's political and legal decisions. Through documentary and field work, it was established that the locality of Ciudad Bolívar in Bogotá, is the most vulnerable environment to the incidence of these media, showing through surveys and interviews that RCN and Caracol had main impact through his Speech, in the vote in favour of the No in the plebiscite for peace on October 2, 2016. Because of this, it was born as an alternative intervention, the establishment of a bill for the regulation of television media, which positions as the primary purpose of recreation of the aims of education, culture and compulsory information on television, and the start up of awareness forums about the incidence of television.

## **Keywords**

Media, advocacy, discourse, vulnerability, television.

Tabla de contenido	P.
RESUMEN .....	7
INTRODUCCIÓN.....	11
1. UBICACIÓN DEL PROBLEMA .....	15
1.1 Descripción Del Problema.....	15
1.2 Formulación del problema.....	15
1.3 Justificación.....	16
1.4 Objetivos .....	18
1.4.1 Objetivo general.....	18
1.4.2 Objetivos específicos .....	18
2.0 MARCO TEORICO CONCEPTUAL.....	19
2.0 MARCO TEORICO CONCEPTUAL.....	19
Capitulo 2. ....	19
2.1 Medios de comunicación Televisivos y su regulación a través de la historia en Colombia.....	19
2.2. Definición De Medio De Comunicación .....	19
2.3 Acercamiento a La Definición de Ideología o idea, e Información a Través de Medios Televisivos.....	21
2.4 Aproximación a la Regulación de los medios televisivos en Colombia.....	30
2.5 Análisis de Discurso CANAL RCN Y CANAL CARACOL TV, en torno a la campaña del plebiscito.....	48
3.0 CAPITULO II .....	53
3.1 Definición de la Población con mayor vulnerabilidad en Bogotá. ....	53
4.0 CAPITULO IV .....	63
4.1 Trabajo de concienciación en la localidad de Ciudad Bolívar de Bogotá.....	63
5.0 MARCO METODOLÓGICO .....	75
5.1. LINEA DE INVESTIGACIÓN .....	75
5.2. FORMA DE LA INVESTIGACIÓN .....	75
5.3. METODO .....	76
5.4. PARADIGMA .....	77
4.5 TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	78
5.6. TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN .....	79



## INTRODUCCIÓN

Si bien es cierto, los medios de comunicación televisivos han estado presentes en gran parte de la historia colombiana, así mismo han influido en la creación, memoria e ideologización de conceptos considerados como válidos en la realidad, demostrándose a través de la estadística, que la televisión es el medio de comunicación de masas más popular, y el único que logra penetrar cada familia Colombiana. Es por ello que el análisis riguroso de la indecencia de estos, en las decisiones jurídico-políticas de los colombianos, cobra alto grado de relevancia y pertinencia para la realidad actual en el campo socio-jurídico. Para lograr un acercamiento a dicha realidad, es necesario definir conceptos básicos de los medios televisivos, estableciendo características propias de concepciones como ideología y de su impacto socio cultural a través del medio.

Para de esa manera hilar conceptos que conllevan a la problematización ideológica, su forma y su capacidad de actuar en el individuo, contextualizando aspectos psicológicos inmersos íntimamente en la construcción de dicha ideología, ello es dable cuando se delimita la investigación a la localidad de Ciudad Bolívar que responde a los postulados estudiados rigurosamente como factores determinantes para la brecha de dicha vulnerabilidad psico-social, reconstruyendo en el primer capítulos algunos hitos mediáticos que han sido trascendentes en la población mundial.

De igual manera, se estudia el marco normativo a lo largo de la historia de Colombia en el aspecto de los medios masivos de carácter televisivo, para subrayar la ausencia de políticas públicas, leyes y demás; que garanticen información veraz y objetiva en la trasmisión de contenidos, pues con el paso del tiempo la televisión en Colombia pasó de ser netamente publica, para convertirse en un negocio comercial privado, lo cual conlleva a que los fundamentos y principios de educación, cultura y acceso al mundo

global, cambien su concepción por los elementos de entretención, opinión y propaganda, tergiversando de esta manera los principios rectores con los cuales se implemento la televisión en Colombia, en el mandato del presidente Gustavo Rojas Pinilla.

Todo esto, con el propósito a través del trabajo de campo de extractar en primera mano de los habitantes de la localidad de Ciudad Bolívar, por medio de encuestas y entrevistas, la incidencia de los canales televisivos RCN y Caracol, en el voto del plebiscito por la paz el 2 de octubre del año 2016.

Concluyendo a través de las respuestas, que estos dos medios televisivos tuvieron incidencia en el NO, dado su campaña ideológica a través de propagandas y noticias amarillistas. Aspecto que denota el nivel de vulnerabilidad que presenta la localidad de Ciudad Bolívar, al no tener barreras de soporte que haga las veces de muro de contención y de defensa ante el bombardeo de información tergiversado de las colusiones políticas y económicas a través de estos dos medios televisivos, en la consecución de un discurso paulatino pero peligroso, que obtiene su propósito utilizando en las votaciones indirectamente a su público manipulado.

Por lo anterior, como alternativa de intervención, se propone generar en la sociedad Colombiana, principalmente en la localidad objeto de estudio, concienciación de la vulnerabilidad ideológica en que se encuentra, en el escenario de manipulación, distracción e información poco objetiva presentada desde el enfoque mercantil, político y económico, Proponiendo como alternativa, a través de foros de concientización, dotados de información recolectada, que la sociedad genere la semilla de la duda, es decir que no confié plenamente en el contenido transmitido por estos medios televisivos, aspecto que trae consigo ganancia absoluta en estos sujetos, dado que se verán en la necesidad de buscar otras fuentes de información

para contrastar la información receptada, y de esa manera, podrán ir construyendo poco a poco un dique de defensa en contra de las campañas ideológicas de los medios de comunicación, lo cual en el aspecto socio jurídico repercutirá de forma trascendente en las votaciones a futuro.

De manera análoga, al encontrarse este trabajo académico en el área del Derecho, se busca crear impacto no solo a nivel local, sino también a nivel nacional, a través de la alternativa de intervención y solución, basada en un proyecto de ley de regulación de contenido tanto de canales televisivos públicos como privados, que garantice la consecución y materialización de los principios de educación y cultura en medios, modificando parcialmente apartados de la ley 335 de 1996 y de la ley 1507 de 2012. Modificando el tiempo estimado de presentación obligatoria de material netamente educativo y cultural, transformando visiblemente la figura del Defensor del televidente; dotándolo de credibilidad y eficacia.

Todo esto, con el propósito a través del trabajo de campo de extractar en primera mano de los habitantes de la localidad de Ciudad Bolívar, por medio de encuestas y entrevistas, la incidencia de los canales televisivos RCN y Caracol, en el voto del plebiscito por la paz el 2 de octubre del año 2016.

Concluyendo a través de las respuestas, que estos dos medios televisivos tuvieron incidencia en el **NO**, dado su campaña ideológica a través de propagandas y noticias amarillistas. Aspecto que denota el nivel de vulnerabilidad que presenta la localidad de Ciudad Bolívar, al no tener barreras de educación que haga las veces de muro de contención y de defensa ante el bombardeo de información tergiversado de las colusiones políticas y económicas a través de estos dos medios televisivos, en la consecución de un discurso paulatino pero peligroso, que obtiene su

propósito utilizando en las votaciones indirectamente a su público manipulado.

Por lo anterior, como alternativa de intervención, se propone generar en la sociedad Colombiana, principalmente en la localidad objeto de estudio, concienciación de la vulnerabilidad ideológica en que se encuentra, en el escenario de manipulación, distracción e información poco objetiva presentada desde el enfoque mercantil, político y económico, Proponiendo como alternativa, a través de foros de concientización, dotados de información recolectada, que la sociedad genere la semilla de la duda, es decir que no confié plenamente en el contenido transmitido por estos medios televisivos, aspecto que trae consigo ganancia absoluta en estos sujetos, dado que se verán en la necesidad de buscar otras fuentes de información para contrastar la información receptada, y de esa manera, podrán ir construyendo poco a poco un dique de defensa en contra de las campañas ideológicas de los medios de comunicación, lo cual en el aspecto socio jurídico repercutirá de forma trascendente en las votaciones a futuro.

De manera análoga, al encontrarse este trabajo académico en el área del Derecho, se busca crear impacto no solo a nivel local, sino también a nivel nacional, a través de la alternativa de intervención y solución, basada en un proyecto de ley de regulación de contenido tanto de canales televisivos públicos como privados, que garantice la consecución y materialización de los principios de educación y cultura en medios, modificando parcialmente apartados de la ley 335 de 1996 y de la ley 1507 de 2012. Modificando el tiempo estimado de presentación obligatoria de material netamente educativo y cultural, transformando visiblemente la figura del Defensor del televidente; dotándolo de credibilidad y eficacia.

## **1. UBICACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.1 Descripción Del Problema**

Es de conocimiento común que a través de los años las decisiones políticas y jurídicas de los colombianos, se han visto fundadas por la propaganda, la legitimación de discursos y la información convertida en opinión a través de los canales televisivos nacionales, especialmente por los canales predominantes en audiencia como Caracol y RCN. Puede preceptuarse que los colombianos toman postura a la hora de plasmar su voto dependiendo del medio de comunicación televisivo que sintonice generalmente, aumentando esta incidencia con la presencia de factores determinantes como la vulnerabilidad multidimensional.

Es por ello, que dicha situación más que un análisis teórico y práctico, es una realidad, una realidad verdaderamente preocupante, que debe ser analizada rigurosamente y con diferentes métodos, siendo de vital importancia observar cada concepto, proponiendo alternativas de intervención que sirvan para mitigar el impacto actual de los mismos.

### **1.2 Formulación del problema**

¿Cuál es el grado de incidencia de los canales de televisión con mayor rating en Colombia (RCN y Caracol) en la población de Ciudad Bolívar de Bogotá?

### 1.3 Justificación

Se evidencia que los canales de televisión más vistos por la sociedad colombiana, son los canales de carácter nacional, de naturaleza privada, y estos tienen gran discrecionalidad en el contenido que transmiten, pues es evidente que actualmente en Colombia, existe un vacío legislativo en materia de regulación de los medios de comunicación, ya que la mercantilización de la televisión en el mundo del capitalismo, posicionó en primera fila el lucro económico por encima de la responsabilidad social. Sumado a la libertad de prensa, el derecho de opinión y el derecho a recibir y transmitir información de manera ilimitada. Convirtiéndose en ejes fundamentales para que exista tal vacante normativa.

Es por esta razón, que surge el interés para un crítico socio jurídico, de empezar a investigar sobre la influencia de los medios de comunicación en las decisiones políticas y jurídicas que a diario toma el pueblo colombiano, así mismo, ahondar un poco en el tema legislativo de dicha materia, observar desde las diferentes disciplinas como la psicología, el poder de la distracción en el comportamiento del ser humano que día a día toma decisiones políticas, es decir la ideología materializada en las elecciones del sujeto, dicha ideología encaminada a la incidencia psicológica por parte de los medios de comunicación.

Cuando se habla del campo psicológico en ningún momento se desplaza al Derecho, por el contrario es sabido que dichas disciplinas o ciencias caminan de la mano, pues el derecho es el deber ser del sujeto en sociedad y/o la forma en que debe comportarse. Ello no es posible si en primera medida no se conoce el comportamiento natural del sujeto. Es decir, la psicología estudia el comportamiento del hombre y el derecho estudia la forma en cómo debe comportarse, por lo tanto psicología y derecho son un complemento perfecto.

Así las cosas, partir desde un planteamiento de distintas disciplinas, es la puerta a un nuevo conocimiento. Identificando una problemática social que al pasar de los días se torna con mayor dificultad de evitar, dado que los medios televisivos cada vez ocupan mayor lugar en la vida de los sujetos colombianos.

No es dable, comenzar afirmando una crisis ideológica en los colombianos, se considera que tiene mayor validez acercarse de manera sucinta a los postulados de incidencia, validez, aceptación y consentimiento del lenguaje.

Así pues, se considera con grado alto de utilidad, lo que puede llegar a aportar esta investigación a la sociedad en general, específicamente a la población Nacional, dado que en el desarrollo del mismo, se tratan aspectos psicológicos e ideológicos, que buscan como mayor pretensión el generar concienciación acerca de los intereses económicos y políticos de los medios televisivos, y así mismo de su transmisión de información parcializada a favor de su interés, lo que llevaría al sujeto receptor como masa, a preguntarse e inquietarse a la hora de tomar postura después de escuchar determinada información, pues ya tendría conocimiento previo de la posible manipulación a la que está enfrentado y dado esto, consecuentemente tendría la necesidad de documentarse más profundamente acerca del tema, desde diferentes teorías y canales de televisión, lo que notoriamente repercute en las decisiones políticas y jurídicas, que posteriormente tome el sujeto en diferentes espacios, ya que pretenciosamente serán con mayor alto índice de objetividad.

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 Objetivo general**

Determinar el grado de incidencia de los canales con mayor rating de la televisión colombiana (CARACOL y RCN) con relación a las decisiones jurídicas y políticas en la población de Ciudad Bolívar de Bogotá, analizando la regulación actual en materia legislativa de televisión, para así proponer una alternativa socio-jurídica que permita concienciar a la población objeto de estudio, del fenómeno al que están expuestos.

### **1.4.2 Objetivos específicos**

- Recrear y definir el papel de los medios de comunicación televisivos, en el territorio Nacional y su regulación a través de la historia en Colombia.

- Definir la población con mayor vulnerabilidad de Bogotá, a la incidencia de los medios de comunicación televisivos, especialmente de (CARACOL y RCN)

- Generar concienciación en la localidad de Ciudad Bolívar, acerca del papel protagónico que desempeñan los medios de comunicación televisivos, principalmente (CARACOL y RCN) en la toma de decisiones jurídicas y políticas del diario vivir, empleando una o varias alternativas de intervención socio-jurídicas, entre ellas, un proyecto de ley de regulación de televisión.

## **2.0 MARCO TEORICO CONCEPTUAL**

## **2.0 MARCO TEORICO CONCEPTUAL**

### **Capitulo 2.**

#### **2.1 Medios de comunicación Televisivos y su regulación a través de la historia en Colombia.**

#### **2.2. Definición De Medio De Comunicación**

Abordar un tema polémico como los medios de comunicación, especialmente los medios televisivos, repercute en la necesidad de inquietarse en la historia de estos, así como del análisis y aplicación a través del tiempo, para poder reconstruir teóricamente el camino de estos medios, desde la aplicación jurídica como su alcance en el diario vivir.

El hombre es un ser social por naturaleza, como lo decía Aristóteles, por lo tanto, desde el inicio de los tiempos, buscó la forma de transmitir ideas, pensamientos y sentimientos en su entorno, ya sea por medio de códigos, dibujos, señales etc. Pero siempre estuvo en busca de lo mismo, de comunicarse por cualquier medio, así pues, el medio es la forma, y la comunicación define el método.

Culturalmente o educativamente, es común que las personas definan el medio de comunicación, como un ente encargado de comunicar, aspecto que no está alejado de la realidad, pues según la Real Academia española un medio de comunicación se encarga de la transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor, también dice que es un trato o correspondencia entre dos o más personas. (RAE, 2018)

Es decir, que categóricamente podría definirse como la transmisión de un mensaje entre un emisor y un receptor, u entre unos emisores y unos receptores, generalmente o en materia de este análisis, se

aborda el contenido entre un medio televisivo como emisor, y unos receptores (muchos), los que en adelante se llamaran público receptor, entre los medios de comunicación masiva, en especial, la televisión.

Es factible enunciar que no todos los medios de comunicación tienen un mismo propósito, pues unos informan, otros educan, otros solo transmiten, otros entretienen, etc. Pero sin duda alguna, los medios de comunicación televisivos poseen una mixtura de todos los anteriores, dado que contienen un alcance en mayor grado para la percepción humana, al ser más llamativo oír y ver a la vez, que ver sin escuchar, como en los medios escritos, o solo oír sin ver, como en la radio. En ese orden de ideas, los medios de masas televisivos, en gran parte, con su aparición desplazan categóricamente a sus antecesores (radio, prensa), por ser de más fácil acceso, de mayor agrado y comprensión para la población.

Fue así, que el escocés John Logie Baird de profesión físico e ingeniero, el 26 de enero de 1926, dio vida a la televisión, con tan solo una definición de 28 líneas, cambió la historia y la visión del mundo, pues con su patente creó el medio de más fácil acceso a través de la historia para la población mundial. La BBC fue la primera años más tarde en transmitir eventos televisivos en vivo, lo que poco a poco fue llegando a cada continente, convirtiéndose en una realidad imposible de distanciar, por su gran aporte, **SONIDO, VOZ Y MOVIMIENTO** en un solo sistema.

La televisión, es un medio para enviar mensajes de un lugar a otro, sin importar la distancia, dirigidos a una cantidad de público de carácter heterogéneo, de manera sincrónica, es decir en vivo y en directo, y de manera asincrónica por medio de sus grabaciones, no siendo más que una transmisión de imágenes en movimiento y con sonido, lo que permite como se dice en líneas anteriores, la captación de la masas en tiempo menor, con mayor resultado en el entendimiento del mensaje y captando la atención en

cumplimiento de su propósito, el cual en este trabajo, se caracteriza por entretener e incidir en el receptor.

### **2.3 Acercamiento a La Definición de Ideología o idea, e Información a Través de Medios Televisivos.**

La palabra ideología, proviene de dos palabras griegas; idea, que se define como “apariencia o forma”, y el sufijo –logia, que puede traducirse como “estudio”, según la real academia La ideología es:

“El conjunto de ideas fundamentales que caracteriza el pensamiento de una persona, una colectividad o una época. También se trata de la doctrina filosófica centrada en el estudio del origen de las ideas”. (RAE, 2018)

La ideología tiende a conservar o a transformar el sistema social, económico, político o cultural existente. Cuenta con dos características principales: se trata de una representación de la sociedad y presenta un programa político. Es decir, reflexiona sobre cómo actúa la sociedad en su conjunto y, con base a eso, elabora un plan de acción para acercarse a lo que considera como la sociedad ideal.

En ese orden de ideas, la ideología es un conjunto de pensamientos que unidos unos con otros, forman una idea, es decir una forma de ver la realidad, sin discriminar ningún campo social, conjunto de ideas que corresponden a un paradigma actual, al contexto tanto espacial como temporal y a la experiencia como formadora del conocimiento empírico, a la razón como sistematización de la experiencia, y a la percepción como forma de ver el mundo.

Ideología que generalmente es formada por hechos repetitivos, costumbre y por el lenguaje sociocultural, materializada en la aceptación de

la realidad como verdad verdadera y negación de nuevas teorías, con repercusión necesaria en la forma de vivir, de opinar y de actuar.

Puede verse un ejemplo específico para ello: la ideología religiosa del catolicismo, bajo el temor de un Dios considerado como temerario y juzgador, pero a la vez un Dios de paz y de felicidad, el cual convino una serie de preceptos en los que el ser humano debe vivir, y así mismo debe cumplir, si no lo hace, estará condenado al sufrimiento eterno, y si acata cada mandamiento y vive como se estipula, gozará del lecho del paraíso toda la eternidad, hasta ahí solo una teoría expresada en el comportamiento, pero que sin ir a su origen en Colombia o América Latina, es una religión no propia de este contexto, si no de Europa, instaurada a la fuerza por personajes españoles, que sin duda alguna fue adquiriendo fuerza y expandiéndose a través del tiempo por toda Colombia, y se convirtió por costumbre en una ideología religiosa, en donde las personas la adquieren o profesan de forma hereditaria, dado el lenguaje aceptado como verdadero, costumbre convertida en conjunto de pensamientos, y por lo tanto en ideología legítima para la generalidad de los Colombianos.

Con relación a esto, Noam Chomsky, ha preceptuado de manera acertada, varias formas de manipulación de los medios de comunicación, para llevar a cabo la aceptación de conceptos convertidos en ideología, y desde luego la manipulación del público receptor del medio televisivo, a la hora de elegir o de opinar, en determinado acto.

La primera de ellas, es la estrategia de la distracción,

Una de las estrategias utilizadas para ello es la estrategia de la distracción, El elemento primordial del control social es la estrategia de la distracción que consiste en desviar la atención del público de los problemas importantes y de los cambios decididos por las élites

políticas y económicas, mediante la técnica del diluvio o inundación de continuas distracciones y de informaciones insignificantes. La estrategia de la distracción es igualmente indispensable para impedir al público interesarse por los conocimientos esenciales, en el área de la ciencia, la economía, la psicología, la neurobiología y la cibernética. Mantener la Atención del público distraída, lejos de los verdaderos problemas sociales, cautivada por temas sin importancia real. Mantener al público ocupado, ocupado, ocupado, sin ningún tiempo para pensar; de vuelta a granja como los otros animales. (CHOMSKY, 1979, pág. 12)

Esta estrategia es el punto de partida o método eficaz utilizado por los medios de comunicación televisivos, para que la ideología imperante se mantenga, al atiborrar de información irrelevante al público. Dicha información no está encaminada a resolver problemas sociales, ni tan poco a cuestionar al sujeto sobre lo que acontece en su entorno, dado que se transmite contenido incoherente, pero divertido, que llama la atención de la sociedad, con el fin de conservar aislado al televidente de los acontecimientos con relevancia jurídica, económica y social en el país, tal vez por miedo a que el rebaño desconcertado como lo llama el mismo Noam Chomsky en el libro el control de los medios de comunicación, se dé por enterado de lo que pasa a su alrededor.

Es por eso que la mayoría de medios de comunicación televisivos, atiborran de realitys show, partidos de futbol, novelas de narcotráfico, muñecos infantiles, concursos, películas de anacondas, entre otras cosas, con la única intención de custodiar al pueblo distraído, mientras se toma decisiones de carácter fuerte en el gobierno, pues cuando salgan a flote, si es que salen, el público estará a la espera del próximo partido, del próximo capítulo del reality y le importará muy poco las noticias sobre la decisión tomada, así mismo las críticas al gobierno nacional, a las alzas en impuestos, la implementación de un código de policía perverso para el ciudadano de a pie serán mucho menores. La sociedad tendrá otras prioridades, como no perderse la escena del capítulo de sin senos si hay

paraíso donde se operó los senos la protagonista y asesinará a su contrincante del reinado.

De la misma manera, vale la pena traer a colación otra de las estrategias de manipulación mediática de las que Chomsky habla en su libro, y es la sexta estrategia, **utilizar el aspecto emocional más que la reflexión**, la cual; Tiene su primera aparición documentada, a través de la incidencia vivida

bajo el mandato de Wilson Woodrow en 1916 como líder de la plataforma paz sin victoria. La población de este país era considerada pacifista y en contra de todo belicismo. Este presidente quería ir a la guerra mundial, que por cierto era la primera, pero no contaba con la contemplación del pueblo para hacerlo. Así que tuvo que utilizar la incidencia de los medios de comunicación para que los ciudadanos aceptaran, no por medio de la fuerza, pero sí psicológicamente el cambio de pensamiento (ideología). Lo cual se presentó transmitiendo propagandas de soldados Alemanes asesinando niños Americanos, con sevicia y desprecio total. Lo que de manera inmediata causó que la población Norte Americana se escandalizara de manera total y a través de su reacción emocional decidiera actuar contra el peligro inminente, logrando que se perdiera el sentido pacifista y se involucraran en la guerra. (CHOMSKY, 1996, pág. 14)

Las emociones primarias como la ira, el enfado, la alegría, son fundamentales en el comportamiento del sujeto (en este caso muchos sujetos), dado que éstas al ser causadas por un acontecimiento interno o externo, crean una reacción rápida a nivel neurofisiológico, dependiendo del tiempo, no siempre hay interacción efectiva entre la razón y la emoción en el momento de actuar, en el caso dado, el gobierno Estadounidense, logra a través de su asesores y de los mejores psicólogos de la época, manipular las emociones de la población, causando ira y repulsión ante practicas amarillistas creadas desde la ficción, implantando miedo en el espectador, consiguiendo la actuación rápida desde la emoción y no desde la razón.

Dentro de este contexto, es usual afirmar que determinada persona posee un comportamiento específico, pero en ocasiones es un poco más complejo llegar a describir cuáles son los patrones o ideas inducidas que esa persona percibe para obtener ese comportamiento como resultado. Es así como cobra importancia la teoría de Noam Chomsky, pues sin ser muy complicado, explica algunos comportamientos inducidos al sujeto por parte de otros sujetos que ostentan el poder, desde aparatos del Estado, como los medios de comunicación televisivos.

Comenzando por una breve definición de lo que es el poder, la primera versión en el ejercicio del poder es el control directo sobre la conducta, impidiendo u obligando a que se realicen determinadas acciones, mediante una intervención física o presión psicológica.

Así las cosas, el poder sería un privilegio que tiene determinada persona o grupo, que puede ser utilizado o no, lo más idóneo es que sea utilizado para su conveniencia, ejerciendo un poder físico y/o directo, pero en este caso el más característico es el psicológico e indirecto.

Los valores históricamente predominantes, establecen que es negativo obligar a las personas a ejecutar lo que no quieren o impedirles realizar lo que desean. Así que el poder se ejerce habitualmente sobre los deseos y cogniciones, de tal forma que la actuación sobre ellos, permite que las personas actúen como disponen los agentes del poder y que lo hagan voluntariamente.

Es en ese momento cuando vemos aparecer cosas, problemas como, el del hábitat, el de las condiciones de vida en una ciudad, el de la higiene pública o la modificación de las relaciones entre la natalidad y la mortalidad. Fue en ese momento cuando apareció el problema de cómo se puede hacer para que la gente tenga más hijos o, en todo caso, cómo podemos regular el flujo de la población, cómo podemos controlar igualmente la tasa de crecimiento de una población, de las migraciones, etc. Y a partir de allí toda una serie de técnicas de

observación entre las cuales está la estadística, evidentemente, pero también todos los grandes organismos administrativos, económicos y políticos, todo eso encargado de la regulación de la población. Por lo tanto, creo yo, hay dos grandes revoluciones en la tecnología del poder: descubrimiento de la disciplina y descubrimiento de la regulación, perfeccionamiento de una anatomopolítica y perfeccionamiento de una bio-política. (FOUCAULT, 2007, pág. 1)

De esta manera Michael Foucault, en mención a lo que es el poder, pero dentro de la noción de "tecnologías del poder " recrea el concepto en mano de estructuraciones que visibilizan la palabra de verdad a imponer en medio de la población como integradora del sujeto "anatomopolítico", utilizando la regulación de la población, de manera técnica, dentro del mercado del sujeto como cuerpo económico de comercialización de ideas, reproductor de nociones y súbdito de pensamientos. Tanto así, que la idea se convierte en generación de avance estadístico, legitimando y subordinando la idea de estabilidad de reproducción de natalidad, mantenimiento de gustos emocionales, o de inclinación hacia determinado tema.

Aspecto que se ve íntimamente dirigido por diferentes formas de trasmisión de contenido o de la idea del medio televisivo, pues el hecho paulatino de utilizar disímiles manera de inducir en el sujeto, se hace cada vez mas practico.

Una película, un libro, un informativo televisado... no cambian el sistema de Valores de un individuo. Pero un conjunto de películas, un hábito de consumo De cine coherente con el bombardeo ideológico de otras vías de comunicación (Como las lecturas, los informativos televisados o los discursos políticos) sí Pueden tener un efecto sensible sobre el sistema de valores de los individuos y Su identidad ideológica, muy especialmente cuando no existía antes un fuerte Marco ideológico que realice la función de muro de defensa (Manzano, 2005, pág. 8)

Es interesante hacer este análisis, principalmente desde la utilización del poder, desde el prisma de los valores, los deseos, y

cogniciones, pues es evidente que los medios de comunicación atiborran de información al sujeto, creando un discurso paulatinamente, ya sea en series de televisión, escritos, ensayos, noticieros nacionales, etc., que poco a poco van creando una ideología o idea en las personas, siendo algo factible de explicar: cuando se percibe que cierto acto es aceptado por la sociedad, y que cada vez gana más legitimidad en el conglomerado social, el sujeto que está inmerso en ese conglomerado, debido a sus relaciones básicas que maneja para su subsistencia, inconscientemente termina aceptando ese comportamiento, claro está, que conlleva un proceso de secuencia cronológica y espacial.

Es por esta razón que es necesario advertir, que estos canales televisivos responden a intereses, ya sean económicos, ideológicos, sociales, empresariales, corporativos, políticos, entre otros, al ser en mayor porcentaje canales televisivos en la actualidad Colombiana de naturaleza privada. Intereses que conllevan sin duda alguna, a un discurso creado para satisfacer o mantener dichos haberes; se gana legitimidad entre más frecuente sea la trasmisión del mismo, encaminando al sujeto a aceptar lo que en un principio se negaba a aceptar, pues existe coherencia sincrónica y metodológica en la manera en que se transmite la información, y más aún, cuando se utilizan técnicas de persuasión como la propaganda que hace de puente en los deseos primarios del sujeto y comienza a obtener eficacia en los sentimientos.

Figura I. imagen de Hitler



(Ortiz, 2013)

En la imagen puede apreciarse a Adolf Hitler, siendo portada de revista de propaganda política, del ministro de propaganda en 1938 Paul Joseph Goebbels, quien de forma tajante fue el pionero en utilizar frases como la siguiente:

“La propaganda nos ha llevado hasta el poder, nos ha permitido desde entonces, conservar el poder, también la propaganda nos concederá la posibilidad de conquistar el mundo” ( Staff Merkactiva, 2012, pág. 1)

Es inoportunable la idea de aceptar que el mandato de Adolf Hitler en la Alemania Nazi, estuvo legitimada por propaganda política guerrerista donde se utilizó las emociones básicas, entre ellas la ira en la población en contra del también imaginario enemigo de Hitler, (todo aquel que no fuera Alemán) en su ánimo de obtener el control del mundo.

Aspecto que fue fundamental en el crecimiento paulatino pero a su vez rápido de aceptación y acatamiento de lo preceptuado por el partido Nazista. Que obtuvo el consentimiento de lo inconcebible por casi el 80 % de la población Alemana, siendo de manera indirecta esta misma sociedad, la culpable del genocidio histórico perpetrado por el Tercer Reich, sin que de manera autónoma se originara la idea de erradicar judíos e imperializar el mundo, en cabeza de la población Alemana. Demostrándose en primera medida, que el partido Nazista a través de sus medios de comunicación, utilizando de manera eficaz la propaganda amarillista y emocional en función del poder psicológico indirecto, pudo transformar la sociedad.

Es de esta forma que con propagandas televisivas se difunden preceptos que causan el contentillo de las personas, bien sea hacia el poder político del país o hacia otro estamento, las propagandas tienden a utilizar imágenes, colores, letras, música, etc, llamativas y emocionales que cautiven al público, es decir, que sometan los valores y emociones del sujeto; entendiendo que los valores establecen las prioridades en los comportamientos, porque se utilizan como criterio en las decisiones. Cuanta más importancia tenga un valor, más influencia ejercerá este sobre la conducta de la persona o del grupo.

El valor del amor a la vida, es una de los grandes preceptos emocionales y espirituales que posee una persona, ya que ha sido influido por la sociedad, y si se agrade ese valor, el sujeto tiende a reaccionar de manera impulsiva y conforme a los demás.

Dentro de este marco ha de considerarse, que no es un secreto que los medios de comunicación televisivos representan el cuarto poder más grande vigente, es por ello que cuando se tiene el respaldo de este ente, no hay nada que no sea legítimo y no tenga el consentimiento de las personas que habitan categórico territorio, en donde se transmite el medio televisivo,

pues con lo dicho en páginas anteriores, a través de estrategias como la propaganda, el entretenimiento y otras muchas que se irán estudiando, los televidentes van aceptando poco a poco el interés del programa, legitimando a través de la emoción y pocas veces de la razón, el ideal implantado de manera inescrupulosa por el medio televisivo.

#### **2.4 Aproximación a la Regulación de los medios televisivos en Colombia.**

Es necesario hablar de la comunicación como medio reproductor de pensamientos, sentimientos e ideas, como lo diría Vygotsky, la comunicación es un medio por el cual el lenguaje puede exteriorizar los pensamientos del ser humano, que vive en sociedad, para que así pueda crear ideas no solo en el sujeto, sino igualmente en el conglomerado que vive en un contexto espacial y temporal específico.

Desde ese orden de ideas, al crearse una ideología en los miembros de determinada sociedad por medio del lenguaje; lo que se genera son actos de costumbre y aceptación ideológica, que poco a poco se van convirtiendo en patrones de comportamiento y de cultura, es decir, todas aquellas características que distinguen la colectividad y sirven para estimular el desarrollo cognitivo superior; como el pensamiento, la memoria, y el aprendizaje.

Cabe señalar, que el lenguaje es un patrón de obtención de conocimiento por medio de la comunicación, pasando de ser interior a ser exterior, sirviéndose de un puente -como la comunicación- para transmitir ideas interiores, siendo un mecanismo que utiliza el ser humano, como ser social por naturaleza.

Bien pareciera por todo lo anterior, que la comunicación privativamente cumple su fundamento, o sea informar o expresar ideas, pero de igual forma, es un medio en el cual aflora manejo de dicha información, en estructura semántica y de organización del lenguaje, como parte de la comunicación; influyendo significativamente en el comportamiento humano. Cuando el conocimiento transmitido no es parcial e intenta perpetuar ideas y crear ideologías a través del televisor empieza el problema.

Tentativamente podría aseverarse que los medios de comunicación televisivos no tienen como función informar o entretener al público, **SU FIN ES TRASMITIR UN MENSAJE ESPECÍFICO CON VOCACIÓN DE IDEOLOGÍA.**

La educación en comunicación audiovisual está constituida por un conjunto de aprendizajes que tienen como objetivo principal dotar a la ciudadanía de instrumentos para que sea competente en la interpretación crítica de los contenidos mediáticos, para que conozca los lenguajes de la comunicación y, además, puede expresarse de forma creativa. La instancia idónea para desarrollar esta educación es la escuela, pero no solo en la educación formal, sino también en la no reglada ya que los propios medios de comunicación han de constituirse en los elementos educadores de primer orden. (Breu, 2011, pág. 13)

Esto mirándose desde una perspectiva ideal, pues el papel fundamental de los medios televisivos en la sociedad colombiana, no es meramente educativa ni mucho menos informativa, basta con mirar la regulación e historia de estos en Colombia. En Colombia los medios de comunicación televisivos han tenido una evolución bastante amplia, pero de manera paulatina.

La televisión fue inaugurada en Colombia el 13 de junio de 1954, durante el gobierno del presidente general Gustavo Rojas Pinilla, mediante el Decreto No. 3363 de 1954 en estado de sitio, por medio del cual se crea la

sección de televisión Nacional, reorganizando la sección de información y propaganda del Estado Colombiano.

Presidente que quedó impresionado con la implementación de la televisión durante su estadía en la Alemania nazi como agregado militar. La ayuda de técnicos extranjeros, especialmente cubanos, fue fundamental para el arranque de la televisión en Colombia, que se hizo con equipos traídos desde Alemania y Estados Unidos.

En sus comienzos la televisión colombiana fue pública, con un énfasis en lo educativo y cultural, pero pronto surgiría un esquema de concesión mediante el cual el estado se encargaba de la infraestructura televisiva y entregaba espacios dentro de los canales para que empresas privadas se encargaran de la programación (por eso se les conocía como programadoras, esquema "mixto" similar al de la televisión estadounidense, en que las cadenas o canales emitían programación que no producían. En 1966 hubo un primer intento de privatización con el canal Teletigre, que fracasó por problemas económicos. Teletigre, que sólo se transmitía en Bogotá, pasaría a convertirse en Tele 9 Corazón y luego en la Cadena Dos, con cubrimiento nacional. (GALAN, 2011, pág. 1)

Transcurriendo varias etapas, pasando de la televisión a blanco y negro la cual se mantuvo por varias décadas, hasta que comenzando los años 90 aparece la televisión a color, en el territorio nacional, licitando con entes privados por un tiempo determinado, solo en carácter Regional se contaba con canales públicos, canales que cumplían con políticas públicas de calidad, en cuanto a pedagogía, cultura y educación.

En dicha década, se licitó en un 80 % con canales privados, creando competencia en materia de programas, y se hace notoria la primera desvinculación del Estado Colombiano en materia de control, programación y estructuración de los medios de comunicación televisivos.

*Cuando la ley 182 en su Artículo 2. Estipula como fines y principios del servicio de televisión: formar, educar, informar veraz y objetivamente y*

*recrear de manera sana. Con el cumplimiento de los mismos, se busca satisfacer las finalidades sociales del Estado, promover el respeto de las garantías, deberes y derechos fundamentales y demás libertades, fortalecer la consolidación de la democracia y la paz, y propender por la difusión de los valores humanos y expresiones culturales de carácter nacional, regional y local*

*Dichos fines se cumplirán con arreglo a los siguientes principios:*

- a) La imparcialidad en las informaciones;*
- b) La separación entre opiniones e informaciones, en concordancia con los artículos 15 y 20 de la Constitución Política;*
- c) El respeto al pluralismo político, religioso, social y cultural;*
- d) El respeto a la honra, el buen nombre, la intimidad de las personas y los derechos y libertades que reconoce la Constitución Política;*
- e) La protección de la juventud, la infancia y la familia;*
- f) El respeto a los valores de igualdad, consagrados en el artículo 13 de la Constitución Política;*
- g) La preeminencia del interés público sobre el privado;*
- h) La responsabilidad social de los medios de comunicación*  
(ley 182 de 1995, 1995)

Estipulando fines específicos como: objetividad, imparcialidad en la información, pedagogía y cultura, aspectos que deberán ser cumplidos como requisito de funcionabilidad de dichos canales, vigilados por la Comisión Nacional de Televisión, comisión regulada bajo la misma (ley 182 de 1995), así como su funcionamiento y procedimiento.

A lo largo de dicha ley, es notable que se protege en todo aspecto el carácter educativo y cultural de los medios televisivos, aún cuando la orientación de la programación posee varios caracteres y diferentes subtemas, el artículo 21 de la ley 182 de 1995 afirma lo enunciado.

ARTICULO 21. Clasificación del servicio en función de la orientación general de la programación. De conformidad con la orientación general de la programación emitida, la Comisión Nacional de Televisión clasificará el servicio en:

a) Televisión comercial: es la programación destinada a la satisfacción de los hábitos y gustos de los televidentes, con ánimo de lucro, sin que esta clasificación excluya el propósito educativo, recreativo y cultural que debe orientar a toda televisión colombiana;

b) Televisión de interés público, social, educativo y cultural: es aquella en la que la programación se orienta en general, a satisfacer las necesidades educativas y culturales de la audiencia.

En todo caso, el Estado colombiano conservará la explotación de al menos un canal de cobertura nacional de televisión de interés público, social, educativo y cultural. (ley 182 de 1995, 1995)

Por consiguiente, a lo largo de esta ley, se protege de manera especial los principios de la norma, sobresaliendo el carácter educativo y cultural de las transmisiones, fijando sanciones para aquellos canales que no cumplan con dichos preceptos y se señala deberes como el de cumplir con un horario o franja de horario para la transmisión de determinados contenidos, el anuncio previamente a la transmisión del programa, informando a que público está dirigido, si posee contenido sexual o de violencia. En lo demás los canales cuentan con amplia discrecionalidad en sus contenidos.

Posteriormente con la entrada en vigencia de la ley 335 de 1996, se modifica la ley 182 de 1995 y la ley 14 de 1991, creándose de esa manera la televisión privada propiamente dicha en Colombia. Se modifica la Comisión Nacional de Televisión, en cuanto a la conformación y organización de la junta de dirigentes, se reglamenta la utilización del espacio electromagnético y del campo tecnológico, cambiando de régimen, para pasar a ser por suscripción por medio parabólico, brindando mayor autonomía a los canales privados.

Hasta llegar a la actualidad donde se expide la resolución No. 064 de la A.N.T.V

para suspender el estudio de las solicitudes de licencia y de ampliación del área o ámbito geográfico de cubrimiento de televisión comunitaria, que se encontraban en trámite en la Comisión Nacional de Televisión, y las solicitudes de licencia de televisión comunitaria que se han presentado ante [a Autoridad Nacional de Televisión, mientras se desarrollan las labores de inventario de los expedientes trasladados y se realizan los estudios para la expedición de una nueva reglamentación, todo ello en concordancia con los principios que rigen la actuación administrativa.

Toda vez que la comisión nacional de televisión entró en liquidación y le corresponde tomar el control a la Autoridad Nacional De Televisión (A.N.T.V) y en concordancia con la ley 1437 de 2011 en virtud del principio de eficacia, economía procesal, celeridad y publicidad, se dará trámite por parte de aquella autoridad al inventario de licencias, con el requisito de que sea un derecho adquirido previamente y no un conflicto de mera expectativa. (AUTORIDAD NACIONAL DE TELEVISION, 2012)

Bajo la ley 1507 de 2012, la autoridad nacional de televisión, entra a regir con menos funciones que su predecesora, pero básicamente, el cambio se presenta en la conformación de la junta directiva de esta, la cual queda con representantes del gobierno, de universidades y la sociedad civil, con el fin de velar por los derechos de los consumidores y desde luego de los programadores.

Actualmente, es evidente que los medios de comunicación televisivos, no cumplen con los principios de educación, cultura e información crítica en sus transmisiones, esto sumado a un problema paralelo que se mezcla entre sí, y es la problemática que presenta el sistema pedagógico Colombiano de educación popular, partiendo del concepto mismo de educación concebido por el país, fundado en el desarrollo de tres elementos clave: La conferencia, como medio discursivo mediante el cual una persona

“con mayor saber” se dispone a enseñarlo a quienes no lo poseen; El texto, elemento escrito divulgado de diversas formas y tamaños y, El curso, determinado como el espacio de tiempo en el que se enseñan una serie de conocimientos sistematizados de manera más o menos profunda.

Esto hace que la comunidad reciba el conocimiento de parte de quien se dice que lo posee, conocimiento que no se hace del todo eficaz por cuanto quien lo divulga tiene una experiencia mínima en su trabajo y se ve cargado de ideologías que desvían el fin objetivo del conocimiento en sí. Aquí es donde tiene en cuenta la influencia de la dogmática marxista, ya que, según él, permite una visualización limitada del tema, orientada por quien lo expresa, la cual se constituye como motor imperfecto de resistencia ante las decisiones del gobierno. Quienes lo receptan lo subjetivan a sus condiciones, convirtiéndolo en su idiosincrasia., (Jiménez, 1997)

De lo anterior, se connota el carácter estático de las formas de expresión de la educación, las cuales se conservan con el transcurrir de los años, en el modelo pedagógico del sujeto desconocedor, quien apropia lo aprehendido como una verdad absoluta, y de una sola manera, vislumbrándose la poca participación de los medios de comunicación en el escenario educativo neutral y en cualquier índole, es decir que educación en medios de comunicación no es una característica de la realidad colombiana.

La educación debe ser un medio en el que se tienda a receptar el conocimiento de manera autónoma, donde quién lo exprese genere los espacios de discusión, de libertad de pensamiento y comprensión, evitando así la influencia de ideologías que pueden llegar a ser perjudiciales en el proceso cognoscitivo. Este tipo de herramientas además de posibilitar la participación general en el desarrollo de lo estudiado, incrementa el influjo de objetividad en el asunto, consolida la episteme, aspecto tal que no es reflejado en la televisión colombiana, si no que por el contrario, se informa desde el prisma de verdad verdadera, y se transmite como verdad infalible, lo

que genera notablemente aceptación de la masa que recepta dicha información. Así pues, educación en medios de comunicación colombiana solo es una formalidad, pues es sabido que en canales de amplia emisión en todo el territorio nacional, se ocupan en gran magnitud de tiempo, en transmitir novelas, futbol y noticias acomodadas al gobernante de turno o los intereses de las campañas presidenciales, o por supuesto de un determinado interés, o a quien posee el poder adquisitivo para pagar comentados eslabones.

Puede verse, grosso modo, la parrilla de programación de los dos Canales de televisión más visto en Colombia, RCN Y CARACOL, parrilla de programación escogida al azar, un mismo día del calendario, para denotar si estos dos canales de alta audiencia, cumplen con el fin propio para el cual fueron creados.

#### **CARACOL TV : Día 1 de Junio de 2018**

12:30 am: GRIM: programa dedicado al ocio, acorde a la hora de transmisión.

1:15 am: También caerás: programa de entretenimiento, dedicado al humor y a la entretención.

1:30 am: Arrow II: contenido de entretenimiento, con segmentos de publicidad y propaganda de contenido sexual.

4:45 am: La finca de hoy: programa dedicado al sector agropecuario Colombiano.

5:15 am: Día Día: Programa matinal de humor, entrevistas, consejos de modo, entretención.

5:30 am: Noticias Caracol: programa de información, de opinión, de entretenimiento y farándula.

8:30 am: Dia a Dia: Programa matinal de humor, entrevistas, consejos de modo, entretención.

10:30 am: Bither: Novela, encuadrada entre el parámetro del entretenimiento.

11:30 am: Guerra de Pasiones: novela, encuadrada entre el parámetro del entretenimiento.

12:30 pm: Noticias Caracol: programa de información, de opinión, de entretenimiento y farándula.

1:30 pm: Gol Caracol: partido Colombia vs Egipto, encuadrado entre entretenimiento y mundo del deporte.

4:15 pm: Elif: novela, encuadrada entre el parámetro del entretenimiento.

5:00 pm: Tu voz estéreo: programa de entretenimiento, en cual se narran historias de ficción.

7:00 pm: Noticias Caracol: programa de información, de opinión, de entretenimiento y farándula.

8:00 pm: Desafío xv años: programa de lucha de regiones, reality show, encuadrado en entretenimiento.

9:00 pm: La mamá del 10: novela, encuadrada entre el parámetro del entretenimiento.

10:00 pm: la vuelta a Rusia en 80 días: programa de humor y entretenimiento.

11:00 pm: El señor de los Cielos: novela, encuadrada entre el parámetro del entretenimiento.

11:30 pm: Rumbo a Rusia: programa de deporte.

**RCN TV, viernes 1 de junio de 2018:**

12:00 am La noche: programa periodístico de opinión, contenido netamente de opinión.

1:00 am contacto astral: contenido esotérico.

1:30 am Me llaman lolita: novela, encuadrada entre el parámetro del entretenimiento.

3:00 am Noticias RCN de la madrugada: programa de información, de opinión, de entretenimiento y farándula.

4:00 am El mundo del campo: programa dedicado al sector agropecuario Colombiano.

4:45 am La rosa de Guadalupe: programa de entretenimiento, en cual se narran historias de ficción e intenso dramatismo.

5:30 am: El desayuno: programa enmarcado en el mundo de la farándula, charlas de opinión de moda, ocio.

12:30: Noticias RCN: programa de información, de opinión, de entretenimiento y farándula.

3:00 pm Diomedes el cacique de la junta: Novela de ocio y entretenimiento.

7:00 pm: programa de información, de opinión, de entretenimiento y farándula.

9:00 pm: la ley del corazón: programa de ficción, recreación de casos judiciales desde el entretenimiento, sin respetar la verdadera realidad del sistema judicial Colombiano.

10:00 pm: la esquina del diablo: programa de alto contenido de violencia, degradación de la mujer y de la cultura.

De esta forma, puede observarse la programación de los dos canales televisivos más vistos por los Colombianos, que gozan del 96% de contenido de entretenimiento, 2% de carácter informativo, aunque en la práctica es realmente de opinión en cabeza de los presentadores y periodistas que encabezan el elenco de Noticias, 1% educativo y cultural, pero en horario de madrugada por parte de Caracol a las 4:45 am y RCN a las 4:00 con el mundo del campo y la finca de hoy, el restante 1% de contenido variado.

Reflexión que demuestra la inoperancia de la Autoridad Nacional de Televisión en materia de recomendación, multa y posterior sanción a estos canales por incumplir el fin para el cual fue puesta en funcionamiento la televisión en el territorio Colombiano, además de ello, la ausencia de políticas públicas que materialicen la televisión como servicio público y no como institución de enriquecimiento comercial.

De la misma manera, en esta reflexión al situar la realidad de la pedagogía de la educación en el contexto de los medios de comunicación televisivos, se puede vincular en primera medida con los contenidos desarrollados por los canales públicos, como se observa a simple vista, éstos se encargan en puntos específicos que no le permiten al espectador mentalizarse de manera diferente conforme a lo recibido. Obstruyendo su objetividad en la asimilación de la información. Tal es el caso del canal institucional, el cual presenta los buenos aspectos gubernamentales, sociales, culturales, entre otros, del Estado. Generando una mala apreciación de la realidad, pues solo se transmiten aquellos aspectos que benefician la

legitimidad del alcalde de turno, al intencionalmente mostrarle al público semblantes positivos de la ejecución del plan de gobierno, así el 99 % del plan no se cumpla, con atiborrar a la audiencia del 1% es suficiente, esto con base al vacío normativo que día a día se hace más grande en la legislación nacional.

*La ley 182 de 1995 no hizo sino reconocer necesidades generadas en los espacios en donde mayor desarrollo tecnológico, mayores niveles de acumulación, alternativas de gestión, asimilación del contexto externo, abundancia de conectores con televisiones extranjeras existían en algunas empresas. Ellas requerían, en consecuencia, mayor autonomía, libertad de crecimiento y, en consecuencia, soltar las ataduras del tradicional sistema mixto que había caracterizado la televisión por cuarenta años. La divulgación de la norma justificó los cambios producidos en el medio y la ratificación de la presencia del Estado. Foros posteriores afirmaron las bondades del cambio y el avance que significaron para los televidentes. Del desarrollo de la ley se han hecho estudios comparativos y balances actuariales normativos.*

*De los balances quedan posiciones encontradas entre quienes defienden las medidas privatizadoras y quienes manifiestan sus desacuerdos. Para los primeros, la televisión salió de las amarras incómodas del Estado, se liberó de una prisión que no la dejaba acomodarse a una competitividad creciente, sobre todo en los mercados internacionales; para los segundos, fue un retroceso en cuanto a las ofertas televisivas incluidas en las parrillas de programación. Los ejemplos que se muestran son la introducción de telenovelas light, desechables, ligeras, de contenidos banales, superficiales, de entretenimiento fugaz y de renuncia a telenovelas de contenido, argumentales, de fondo, literaria y estéticamente cuidadas, de cultivo del espíritu y fuertes culturalmente. Otro ejemplo, son los programas de miniseries que han desaparecido de las parrillas y que se consideran un género valioso que se ha perdido. Un ejemplo más, y el más polémico, es la inclusión de los realities en la programación por su superficialidad, escaso valor artístico y cultural y su carácter efímero. Por sobre todo, la crítica está apuntando hacia el afán de acumulación de capital, no importa los medios utilizados para cautivar al televidente. (VIZCAINO, 2004, pág. 142)*

Se tiene presente en primera medida la situación legal de los canales de televisión privados, en el entendido que en este momento se ven altamente favorecidos por las leyes, a diferencia de tiempo atrás, en donde era prematura la vida televisiva en Colombia y se respetaba el fin educativo de la programación, al Estado tener intervención en el canal.

Se parte de tal situación, ya que es importante conocer de los beneficios, derechos y obligaciones que el aparato legal les titula, lo que además permite establecer una comparación frente a la intervención del Estado en los canales públicos.

Como se ha dicho, los canales privados de televisión, en el contexto Colombiano actual se ven altamente beneficiados, al entenderse que el Estado a través del tiempo se ha venido desatando de tales obligaciones de comunicación, por lo cual ha abandonado su carácter regulador, de inspeccionar e intervenir en la materia; donde se ha dejado atrás la relación mixta de producción y manejo de contenidos, que desde las primeras emisiones se mantuvo como criterio regulador al respecto.

La privatización que se habla a espaldas, se dio como consecuencia del influjo de las políticas neoliberales. Producto de la política de la liberación económica, de las libertades públicas y los derechos individuales (entre los cuales figura el de la libertad de empresa). Por cuanto dentro de éstas, una de las características más notables, sin lugar a dudas fue el desligamiento del Estado frente a las responsabilidades que le fueron conferidas en primer momento.

Dado lo anterior, se dio prevalencia a la concepción de autonomía y libertad de crecimiento, según la cual cada canal de la índole privada debe tener mayor independencia frente al poder del Estado, en asuntos como: La consulta de contenido o material de producción, el manejo de las

propagandas y todo tipo de comerciales e incluso respecto al asunto de políticas de organización y control interno.

En ese orden de ideas, se puede visibilizar la minimización del Estado frente al marco de responsabilidades en esta materia, apoyado en las nuevas políticas. Lo cual ha legalizado y generado espacio a la libertad comercial, desde lo cual en particular puede desenvolverse de la manera más conveniente para sí. En donde según lo apreciado por la realidad, utiliza todo tipo de medios y estrategias para llegar al espectador (consumidor), llegando al punto de utilizar material nocivo para la educación y mentalidad de los receptores. Bajo el objetivo de “ganar terreno en el mercado de competitividad”, incrementando su raiting.

De donde hace parte toda clase de series dotadas de espectáculo sin sentido, amarillismo, sobrecargadas de contenido sexual, de distorsión de la realidad, etc. Que se contraponen a la moral y las buenas costumbres de la carta Magna Colombiana; constituyendo un ideario para las nuevas generaciones; sin embargo, reciben gran acogida de las grandes masas hacia donde van dirigidas; que por lo general hacen parte de las poblaciones marginales del país. (Este tema requiere un profundo análisis el cual se pretende desarrollar posteriormente).

En secuencia, cabe la comparación final entre la situación legal del canal privado y del público. De lo cual se infiere según lo estudiado hasta aquí, que en cuanto a reglamentos el Estado ha sido desproporcional en la medida que se ha caracterizado por ser sumamente flexible en relación a la actividad laboral de naturaleza privada, mientras en la otra cara, ha sido poco generador en cuanto a alternativas que suplan las necesidades que se demandan.

Pese a lo anterior, en décadas pasadas, el Estado tenía un papel dominante en la regulación de la totalidad de los medios televisivos, puede

verse como en 1977, la comisión de vigilancia electoral, emite el acuerdo 05 del mismo año.

El Ejecutivo presionó para que la Comisión para la Vigilancia Electoral adoptara medidas sobre el uso de la televisión especialmente durante las campañas electorales. Esta Comisión produjo el Acuerdo 05 de 1977 sobre prohibiciones, como acompañar las noticias con comentario, utilizar adjetivos que califiquen los hechos con expresiones peyorativas, superlativas o comparativas; también indicaba que las entrevistas debían versar sobre hechos y no sobre ideologías y no podían incluirse intervenciones de oradores ni podían presentarse notas o editoriales con proselitismo político o propaganda partidista (Vizcaíno, 2006, pág. 254)

Se evidenciaba el control que tenía el Gobierno colombiano, en la programación, edición y contenido de los programas y propagandas que se transmitían en la televisión, en aras de no crear polarización en las campañas presidenciales, y por supuesto, en pro de que la televisión Colombiana como servicio público, cumpliera con su función, informar, educar y de emitir programación de cultura.

Pese a esto y como se ha advertido en líneas atrás, con el paso del tiempo, en 1996, con la entrada en vigencia de la ley 335 de 1996, la televisión privada toma el control de casi la totalidad de las concesiones y suscripciones, y de una u otra forma, se desvincula de la regulación estatal,

*En particular hay que hacer mención de los canales privados de operación abierta, RCN y Caracol. La autorregulación se ha impuesto en ellos dado que esta función se ha desprendido de los organismos de control, primero de Inravisión y luego de la Comisión Nacional de Televisión. Si antes se controlaban, por ejemplo, los comerciales en la edición y en la emisión por parte de supervisores destacados especialmente para esta función, ahora las mismas empresas ejercen ese control con la finalidad comercial; si antes se observaban los detalles internos del comercial y la posición en los fragmentos de emisión en el conjunto del programa, ahora esta facultad está reservada a la organización interna; si antes había una medición*

*exacta del tiempo del programa y de la sucesión de uno a otro en la secuencia de las emisiones, ahora la empresa que programa todo el canal puede hacer repeticiones, puede ajustar sus horarios a criterio suyo; si antes se determinaban las franjas y sus contenidos, ahora los conceptos son del resorte de la empresa; si antes había control previo y luego posterior, ahora hay control selectivo posterior. Estos ejemplos muestran la autonomía que han ganado las empresas y lo superfluas que, en ocasiones, resultan las normas y la casuística, sobre todo cuando el mercado es el patrón de decisión (Vizcaíno, 2006, pág. 260)*

No es vano afirmar que de esa desproporcionalidad se siguen beneficiando las empresas televisivas privadas, se ven en mejores condiciones de competencia.

Con la puesta en marcha de proyectos que por su contenido no se ajustan a las finalidades de lo público. Y que sin embargo, son líderes en el mercado, acumulando masas. Las cuales optan por adoptar tales modelos, despreocupándose por el contenido constructivo, coherente, y necesario que pretenden en su finalidad los canales televisivos, y que hasta el día de hoy, en algunos aspectos, solo lo cumplen los públicos. Generando así el uso exclusivamente mercantil y neoliberal de estos medios que de ser bien administrados, constituirían importantes recursos en la formación educativa y cultural.

Así pues, cuando el Estado se desvincula del factor control, en políticas públicas de calidad, objetividad y educación en medios de comunicación, da paso a la exaltación del medio como mercado, como beneficio y como factor íntimamente relacionado al poder ya sea público o de privados, que sin duda alguna, esos mismos canales de televisión, responden a sus planes de gobierno, en factor de legitimidad, aceptación en su publicidad, propagandas y entretenimiento, que son el resultado de los intereses del mejor postor, aspecto que se hace más fácil al no haber regulación estricta en el carácter de responsabilidad social, pues se transmite

lo que mejor convenga y lo que beneficie a las clases privilegiadas, que son las que ostentan dichos medios.

Por supuesto que al existir dicha desvinculación parte del Estado colombiano, se da cabida para que los dueños de los canales de televisión privada, consigan su propósito, el cual es ejercer incidencia sobre los televidentes, en ocasión al discurso transmitido, y desde luego, aprovecharse de esto, para crear cierta ideología y aceptación entre sus seguidores, los cuales, se encuentran en condición de vulnerabilidad, debido a diferentes factores, entre ellos, la no existencia de un muro de defensa que sirva como protector crítico de la información y opinión transmitida por el medio de televisión.

Aun así, existen algunos criterios orientadores en los que de manera tajante la Constitución política Colombiana protege y sanciona a la televisión cuando sobre pasa el límite de los derechos fundamentales del ciudadano, como por ejemplo la transmisión de contenido que falte a la verdad, o carezca de comprobación, el Derecho a la intimidad, al buen nombre y a la honra son el pilar del Estado Social de Derecho, el cual es de obligatorio cumplimiento por parte de los medios televisivos, bien sean públicos o privados.

Al existir controversia entre diferentes derechos consagrados en la Constitución Política Colombiana, como el Derecho a la libertad de información, de prensa, de libre empresa y el Derecho a la intimidad de las personas, la doctrina y la jurisprudencia ha sido precisa al afirmar que se debe equiparar en forma de balanza en materia interpretativa los Derechos en controversia.

Pero cuando se trata del Derecho de libertad de información, este debe ser preciso, comprobable, y desde luego cierto,

La libertad de información tiene por objeto comunicar y recibir información sobre hechos de carácter noticiable, que por su materialidad son susceptibles de prueba, y deben someterse al contraste de su veracidad. Por lo tanto, cuando ésta exige que la información sea veraz, está estableciendo un deber específico de diligencia a cargo del informador -que solo debe transmitir como hechos, lo que ha sido objeto de previo contraste con datos objetivos-, y se privan de garantía constitucional a quien, defraudando el derecho de todos a la información, actúa con desconocimiento de la veracidad o falsedad de lo comunicado. Así pues, información veraz significa, en los términos del artículo 20 constitucional, información comprobada según los cánones de la actividad informativa, excluyendo invenciones, rumores o meras malas intenciones. (SENTENCIA T-439, 2009, pág. 53)

Sin ir más allá, la Corte constitucional mediante revisión de tutela, amparó los derechos de la tutelante, condenando a Caracol TV y la Revista Semana, a que distorsionaran la imagen y la voz de la tutelante, protegiendo de esa manera los derechos fundamentales a la intimidad, la honra y el buen nombre, por encima del derecho de libertad de información.

Concluyendo con lo anterior, que la Corte Constitucional Colombiana vela por el respeto de los Derechos y garantías de la carta política, contando con esta institución como herramienta orientadora de reivindicación de derechos vulnerados directamente por los medios de comunicación televisivos.

Aspecto diferente sucede con la Autoridad Nacional de Televisión, al no velar por el respeto de los fines originarios de la Televisión en Colombia, se logra concluir con todo lo anteriormente expuesto en este capítulo, que los dos medios televisivos más grandes en Colombia, (Caracol y RCN), no los cumplen. Al de manera exclusivamente mercantil, transmitir en un 98% contenido de carácter chatarra de entretenimiento, despreocupándose de la responsabilidad social empresarial que acarrear los medios masivos en Colombia, pues el carácter educativo, el cual es el principio originario de la Televisión en el país, no alcanza a cubrir ni 1% de transmisión.

La Autoridad Nacional de Televisión, deja a discrecionalidad total de la televisión privada el contenido transmitido y por transmitir, sin hacer control mínimo del mismo, exceptuando el rigor de contenido sexual, violento o soez en franjas de horario reguladas.

Lo que conlleva de manera autónoma el libertinaje total de la libertad de prensa, de información y de opinión, por encima del derecho de educación y de acceso a la cultura, derecho de carácter general del receptor, que en este aspecto son muchos, al ser un medio de comunicación de masas.

Tornándose en política netamente neoliberal, siendo cómplice el Estado Colombiano de entretener a la ciudadanía en contenidos basura, privando al televidente de acceder a educación y cultura en medios de Comunicación televisivos, como fuente secundaria de aprendizaje.

## **2.5 Análisis de Discurso CANAL RCN Y CANAL CARACOL TV, en torno a la campaña del plebiscito.**

Lo que ocurre en el nivel de la circulación de los discursos no es necesariamente un reflejo de lo ocurrido en el nivel de su producción, lo que quedan son huellas, pistas, hebras, síntomas que el analista debe saber describir e interpretar. Porque, claro, si los discursos fueran transparentes, ¿qué sentido tendría hacer análisis? Entonces bien, al entender la opacidad llegamos a la justificación del análisis, y al comprender que el discurso es una forma de acción, encontramos el sentido y el propósito del análisis. (SANTANDER, 2011, pág. 2)

Es clara la noción que analizar el discurso, es ir tras las huellas, lo que está más allá de la vista, incurrir en la semiótica para interpretar la verdadera intención del lenguaje convertido en cadena de comunicación.

Entendiendo el análisis del discurso como herramienta hermenéutica y semiótica de interrelación entre las palabras y la manera de expresar las mismas, yendo más allá, al agrupar las diferentes expresiones del lenguaje.

A su vez;

Para Foucault, el discurso material constituye lo escrito y lo pronunciado en las sociedades como verdad. Es decir que, el discurso es una malla de significaciones y de conceptos que legitiman una verdad establecida. Foucault menciona que el psicoanálisis ha demostrado la relación cercana del discurso con el poder y el deseo, pues define al discurso como aquello que manifiesta o encubre el deseo y a la vez como el objeto mismo del deseo mismo por el cual luchan los sujetos, quienes luchan por el poder, en este sentido el discurso es verdad, y la verdad es poder. El sujeto que habla en el discurso es el sujeto que encubre o manifiesta el deseo y quien quiere adueñarse de este. Por ende, los sujetos de una misma sociedad luchan por adueñarse de los regímenes de verdad. Por otra parte, el discurso, al igual que el poder, es una malla donde se entretajan los diferentes conceptos que conforman la verdad de una sociedad. Es así como entendemos, que el discurso se constituye como el elemento que legitima la verdad y es legitimado por la verdad instituida. (Rivera, 2016)

Dado ello, el ambiente de analizar el discurso entretaje la intención, la lucha de poder, pero sobre lo anterior, el valor fundamental de legitimidad a través de la opacidad en la manera de emitir el discurso. Puede verse, que RCN y Caracol, durante el tiempo previo y concomitante a la campaña del Plebiscito por la paz, se dedicó a transmitir avances y hechos noticiosos en torno al conflicto armado, exaltando los ataques por parte de las FARC a la población civil.

Dotando a la audiencia de una doble significación en el contenido, por un lado, haciendo ver como necesario el acuerdo de paz, para mitigar el flagelo inminente de la guerra, y desde el otro ángulo, por medio del manejo psicológico de los televidentes en el área de sus emociones primarias, se transmitió soldados rasos mutilados por la guerra, campesinos dejando sus tierras y madres desconsoladas llorando a sus hijos caídos en el combate.

Sumado a ello, entrevistas y noticias del Señor Álvaro Uribe Vélez, en contra del acuerdo de paz, en las que manifestaba su total desacuerdo con el proceso de paz, haciendo valer como material de su discurso el amarillismo

desde diferentes ópticas, sobresaliendo el tema del narcotráfico, de impunidad, y desde luego, manifestándole a la audiencia que los desmovilizados de las FARC recibirían cientos de millones. Este último aspecto es primordial, dado que Colombia es un país con alto nivel de desigualdad social, y por ende en desigualdad salarial, tema que hace vibrar las sensaciones de la audiencia, al primigeniamente exaltar el aspecto de delincuentes y narcotraficantes, motivo que lleva a la gente a pensar de manera emocional y no racional, quedándose con la apropiación del discurso de odio y rencor, por encima del perdón, el olvido y garantía de no repetición, semblantes sumamente distantes y efectivos a los primeros, para que así los televidentes apropien como caso personal, el tener que trabajar largas jornadas para obtener como remuneración un salario irrisorio, mientras que los Guerrilleros de las FARC habiendo cometido múltiples delitos reciban como recompensa de su actuar delictivo millones de pesos.

Fachada que psicológicamente deslegitima el proceso de paz, basado en la injusticia de salario e injusticia social de impunidad, al premiar a delincuentes, y someter al pueblo a trabajar toda una vida sin remuneración adecuada.

Sumado a lo anterior, el papel periodístico de RCN Y CARACOL, desde hace varios años está basado en posicionar en sus titulares, a las FARC como único protagonista y culpable del conflicto armado en la Nación, plasmando en sus titulares con letra mayúscula el nombre de las FARC siempre que se habla de terrorismo, narcotráfico, crímenes de lesa humanidad etc.

Discurso que va posicionando gradualmente el nombre de las FARC como el único culpable de guerra y desplazamiento, que sin duda alguna hay que erradicar para vivir en paz, dentro del paradigmático paraíso del contrato social civil. Creando en el televidente la máscara de erradicación, del ojo por

ojo y diente por diente, lo que se traduce en que a las FARC hay que acabarlas pero en el combate armado, siendo ese grupo revolucionario el único culpable de la miseria del país.

El televidente, que en este caso, es el ciudadano que se encuentra en las localidades más vulnerables, como en este caso, Ciudad Bolívar, aborda como propio el discurso de RCN y Caracol, convirtiendo en ideología de guerra la eliminación de las FARC, teniendo como base el discurso transmitido.

A modo de reflexión, se puede extractar que la población se encuentra en un estado de desprotección gigante, ante la opacidad del discurso de los medios televisivos, debido a que estos obtienen ganancia garantizada.

Véase que lo transmitido logra en primer lugar visibilizar a las FARC como el único problema de la Nación, lo que lleva consigo la invisibilización de otros factores y autores del conflicto armado como el Estado, la instauración de odio hacia este grupo revolucionario, en personas que han estado alejadas del escenario de la guerra, y como mayor ganancia, se logró que las personas a la hora de plasmar su voto en el plebiscito de octubre 2 de 2016, tuvieran en cuenta el odio creado hacia las FARC, y al ver el escenario de guerra como la única manera de repeler al mencionado grupo armado, votaran en contra del acuerdo de paz.

Esta cuestión tiene una importancia fundamental en el discurso de los medios de comunicación, el ACD se centra en dos aspectos principales: las relaciones de poder sobre el discurso y las relaciones en de poder el discurso. El primer tipo de relaciones se refiere al problema del acceso al discurso periodístico, es decir, quién aparece a menudo en los medios de comunicación y, sobre todo, quién goza de una credibilidad suficiente como para que sus declaraciones sean noticia automáticamente. En este sentido, las vinculaciones de los medios de comunicación con los grupos dominantes son numerosas; por un lado, dependen en gran medida del mercado publicitario con lo que deben atender en mayor o menor medida a sus intereses y por el otro, dado que necesitan un suministro de noticias constante, las

fuentes gubernamentales y los grandes grupos empresariales se han convertido en actores sociales con un acceso preferencial a los medios. (DE LA FUENTE GARCÍA, 2004, pág. 3)

Se refiere por tanto, a las apariciones en primera plana de personajes de gran trascendencia a nivel nacional, que con su opinión en medios, se crea polémica y hasta el más desatendido de la realidad social, se entera del hecho noticioso, causándole novedad.

Ejemplo específico es el mencionado señor Álvaro Uribe Vélez, al cual RCN y Caracol, posicionan en primera plana cada vez que da su opinión sobre el único tema fundamental para él, el cual es ir en contra del tratado de paz. En la pantalla de estos dos medios de comunicación, el señor Uribe a través de su alocución de odio constante, demuestra la aplicación de las relaciones de poder sobre el discurso y sobre las relaciones de poder en el discurso. Estos medios, reproduciendo frecuentemente el discurso del señor Uribe, debido a sus intereses económicos y políticos, logran construir una representación social del panorama de la Nación, en torno al tema principal del conflicto armado en cabeza de la guerrilla, creando un consenso en los televidentes acerca del concepto propio FARC, y en esa medida unificando la manera de actuar en contra del proceso de paz, recreando la actitud de odio guerrillista del discurso convertido en ideología de comportamiento.

Las prácticas discursivas pueden tener efectos ideológicos de peso, es decir, pueden ayudar a producir y reproducir relaciones de poder desiguales entre (por ejemplo) las clases sociales, las mujeres y los hombres, las mayorías y las minorías culturales o étnicas, por medio de la manera como representan los objetos y sitúan a las personas. Es así como el discurso puede ser, por ejemplo, racista o sexista, y constituir un intento de hacer pasar supuestos (a menudo falsos) acerca de cualquier aspecto de la vida social como meras cuestiones de sentido común. Ni la carga ideológica de los modos particulares de utilización del lenguaje, ni las relaciones de poder subyacentes suelen resultar evidentes a las personas. El ACD se propone lograr que estos aspectos opacos del discurso se vuelvan más transparentes. (FAIRCLOUGH, 2000, pág. 368)

De esta manera, el discurso en medios de comunicación, se presta como medio de unificación de ideología en la sociedad, entendiendo esta, como el conjunto de creencias que guían el actuar de una población determinada. En el sentido de indicar, que este tema ideológico representa unión entre los que la comparten (televidentes), al observar objetivos y fines comunes, en este caso específico, el objetivo de combatir a las FARC desde las armas, y no combatirlas en términos de dialogo y perdón. Lo cual se ve reflejado directamente en las decisiones jurídicas y políticas de los televidentes, mas aun cuando no ostentan un fuerte marco ideológico que sirva de defensa para contrarrestar al menos en principio, la ideología transmitida a través del discurso por los medios televisivos.

### **3.0 CAPITULO II**

#### **3.1 Definición de la Población con mayor vulnerabilidad en Bogotá.**

Actualmente en Colombia se puede hablar de vulnerabilidad en cualquier parte del Territorio, pero cuidadosamente se ha intentado desde la academia, analizar en tiempo y espacio la localidad de Ciudad Bolívar de Bogotá, Territorio espacial que responde con las características de vulnerabilidad en su habitantes, dejando en claro, que el territorio no ha sido condicionado al objeto de la investigación, es decir, que sus características son propias y por lo tanto naturales.

La vulnerabilidad es un concepto que ha sido trabajado desde diferentes disciplinas, de los resultados se encuentran elementos similares para la construcción de una noción general, aquellos compendios asimilan palabras como amenaza, peligro, pobreza, entre otros. A saber

El análisis de la construcción de vulnerabilidad se hace en dos momentos distintos del proceso. Por un lado, en las condiciones que la unidad de análisis tiene antes de una situación de estrés, que le hacen más o menos propensa a una pérdida específica (susceptibilidad). Por otro lado, están las formas que desarrolla la unidad de análisis para enfrentar una situación de estrés una vez que ésta ha ocurrido, y que se relacionan con la capacidad de ajuste (M. J. Watts, 1993, pág. 43)

Estas condiciones pueden ser el escaso poder adquisitivo de la comunidad, que repercute en múltiples áreas del desarrollo del individuo, el poco acceso a los capitales de entretenimiento, entre ellos (el deporte, el arte, la ciencia), el nivel educativo, la alimentación etc.

De la misma manera,

La noción de vulnerabilidad es entendida como un proceso multidimensional que confluye en el riesgo o probabilidad del individuo, hogar o comunidad de ser herido, lesionado o dañado ante cambios o permanencia de situaciones externas y/o internas. La vulnerabilidad social de sujetos y colectivos de población se expresa de varias formas, ya sea como fragilidad e indefensión ante cambios originados en el entorno, como desamparo institucional desde el Estado que no contribuye a fortalecer ni cuida sistemáticamente a sus ciudadanos, como debilidad interna para afrontar concretamente los cambios necesarios del individuo u hogar para provechar el conjunto de oportunidades que se le presenta; como inseguridad permanente que paraliza, incapacita y desmotiva la posibilidad de pensar estrategias y actuar a futuro para lograr mejores niveles de bienestar. (BUSSO, 2001, pág. 8)

Con base en esto, la noción de vulnerabilidad de la cual parte este trabajo refiere a las características de una persona o grupo y su situación, que influyen en su poca capacidad de anticipar, lidiar, resistir y recuperarse del impacto de una amenaza, el cual toma como elemento principal, la situación del individuo o grupo en torno a las estrategias y herramientas de acción de las que puede hacer uso, ante una situación de prevención y/o afrontamiento de choques de riesgo.

Ante esto, se da apertura, desde la imposibilidad que posee un grupo de personas, en materia de prevención y mitigación del impacto de una situación, de la cual en primera medida no está enterado de que ocurre o va ocurrir, y en segundo aspecto, en el momento que se entere no está en condiciones de afrontar inmediatamente la circunstancia por el escaso acceso a herramientas que posibiliten la mitigación o recuperación del riesgo. Las herramientas se pueden nombrar de manera múltiple, como acceso a información veraz y objetiva, acceso a capital monetario, acceso a educación, acceso a medios alternativos de interacción, a Salud digna que posibilite un adecuado desempeño del sujeto en las diferentes inteligencias múltiples, entre otras muchas, que no poco a poco se van interrelacionando en esta investigación.

¿Para qué establecerse la vulnerabilidad?, es importante tener presente, que actualmente el acceso a la televisión no discrimina clase social, pues en el área urbana de Colombia, se posee mínimo un televisor por familia.

En 2016, el 93,0% del total nacional de hogares colombianos poseía televisor convencional a color, LCD, plasma o LED; 95,7% en las cabeceras y 82,5% en centros poblados y rural disperso. En 2015 el 92,4% del total nacional de hogares colombianos poseía televisor convencional a color, LCD, plasma o LED; 95,3% en las cabeceras y 81,3% en centros poblados y rural disperso. (ESTADISTICA, 2016, pág. 3)

El DANE, en concordancia con la derogada Comisión Nacional de Televisión, desarrolló en el año 2009 una encuesta sobre qué cantidad de televisores poseían los hogares colombianos en el territorio Nacional, llevándose la sorpresa que por lo menos en cada hogar de Colombia se posee un televisor, por encima de estufa eléctrica o de licuadora, a su vez, con el avance del tiempo y de nuevas tecnologías, en el año 2016 como se aprecia en la cita anterior, el DANE, encuestó a una población grande en términos cuantitativos, en donde se demostró que el 93 % de los hogares

colombianos, ha actualizado el aparato de TV a color o a LCD, medida que demuestra que los colombianos siguen viendo la televisión como uso de primera necesidad en el hogar. Estando aún por encima de los computadores y del internet, dado que según la misma encuesta solo el 45% de la población colombiana tiene acceso a internet.

Es normal percibir de los estratos 3 en adelante posibilidad de pago y de endeudamiento mayor a la de los estratos 1 y 2, lo que conlleva a una calidad de vida mejor, por el cubrimiento de sus necesidades básicas, como de elementos suplementarios y de entretenimiento, ejemplo de ello, la posibilidad de inscribir a sus hijos en academias de inglés, de fútbol, de música y de aprendizajes varios que ocupen su atención en los tiempos libres. En los estratos bajos no pasa esto, dado que no cuentan con la posibilidad de ocupar el tiempo libre en actividades que requieran remuneración por el servicio prestado, los padres son trabajadores subordinados, trabajan en empresas donde el horario por regla general es mayor de 8 horas, y deben dejar a los hijos en el colegio. La jornada es diurna, de 6:30 a 12:30 o de 12:30 a 6:30, quedando a la mansalva el tiempo fuera del colegio, ocupando su atención en el primer ente educador en la actualidad, el televisor, pues sea a color o a blanco y negro transmite la misma información, y no requiere capacidad adquisitiva para poseerlo. Cabe aclarar, que no solo es el ente educador informal de niños y niñas, sino también de toda la población que está expuesta como receptora. De la misma manera, estos padres trabajadores, logran descansar al menos un día el fin de semana, desempeñando los oficios del hogar en compañía de su medio de entretenimiento por excelencia, el Televisor.

Al interactuar de manera cotidiana y en un grado bastante amplio de tiempo, paulatinamente la información transmitida, que generalmente no es pedagógica, va sumergiéndose en la actitud y en las ideas del televidente, creando de esa manera un determinado vocabulario y seguidamente

interpretando la realidad de la misma manera en que es transmitida en el canal de televisión.

Este camino empleado por los medios de comunicación, junto con otros, conlleva a que los ciudadanos y ciudadanas adopten modelos ideológicos, visiones del mundo, pautas de vida.

Es una irresponsabilidad interesada ideológicamente, creer erróneamente que cada receptor televisivo tiene la capacidad para discriminar y trazar un itinerario ético en medio del maremágnum que representan hoy los dominantes de la comunicación. Teniendo presente que la población receptora de RCN y Caracol, es la comunidad más vulnerable de Colombia, en términos de aprendizaje al discurso impartido por estos, teniendo en cuenta que la gran generalidad de hogares de la población de Ciudad Bolívar, no cuenta con otra opción de entretención e información diferente. Aspecto que en primera medida, crea y recrea monopolio de información y a su vez de interpretación, y en segunda medida a través del discurso se posiciona lo transmitido como ideología aceptada y a la vez legitimada en los receptores.

Ante esta situación de dominio absoluto por parte de los medios no es fácil encontrar el camino, mantener un esquema de valores, un orden mental en el contexto de la sociedad de la información. (Breu, 2011, pág. 20)

En consecuencia, la vulnerabilidad de los niños, niñas, adolescentes y adultos de la localidad de Ciudad Bolívar de Bogotá, es muy grande frente al fenómeno expuesto, las horas que pasan frente a la pantalla de televisión son mayores que las horas en clase, en comparación con los habitantes de otras localidades de Bogotá, y al no existir coherencia, ni responsabilidad social educativa que promueva la educación en los medios, los contenidos emitidos de cualquier índole, más aún en términos políticos y

sociales, permean la mente de los receptores, pues no hay un muro de defensa, ni autoevaluación que permita dudar de lo transmitido, el televisor poco a poco se va convirtiendo en el maestro y mejor amigo del televidente, adquiriendo un lenguaje sociocultural que repercute en la vida diaria del sujeto, tanto en la vida en relación con los demás, como en las decisiones políticas, jurídicas, comerciales y económicas.

Ante esta problemática, después de un riguroso análisis documental y práctico, se logra definir la población con mayor vulnerabilidad a la manipulación ideológica por parte de los medios televisivos (RCN y Caracol), por las razones o características expuestas anteriormente, estipulando como la más relevante y determinante entre ellas, el factor de pobreza, determinado como el escaso poder adquisitivo de sus habitantes, aspecto que causa múltiples brechas frente a otras localidades de Bogotá, si bien, no se estigmatiza el indicador de pobreza como falta de capacidad, si se denota como indicador de baja cobertura actual en educación de calidad, poco acceso a diferentes medios de conocimiento e información, y en ese orden de ideas, se posiciona los canales RCN y Caracol, como únicos medios de acceso al mundo de la información, opinión y entretenimiento. Estableciendo la localidad de Ciudad Bolívar, como la localidad con mayor grado de pobreza y por lo tanto con mayor posibilidad de manipulación por parte de los medios televisivos.

El método de pobreza por ingresos mide los niveles de vida con referencia a dos Líneas que permiten clasificar la población pobre y la población en condición de indigencia. La línea de pobreza (LP) está expresada por el costo mínimo de una canasta de bienes y servicios requeridos para satisfacer las necesidades básicas. La línea de indigencia está expresada como el costo mínimo de una canasta para satisfacer un umbral mínimo de necesidades nutricionales. Este método se considera indirecto puesto que el ingreso es un recurso que permite el acceso a bienes y servicios, pero no mide de forma directa, el nivel de vida alcanzado. En este sentido, según los resultados de la EMB 2011, el 17,3% de bogotanos residentes en la zona urbana, se encuentra en pobreza por ingresos, y el 4% se encuentra en

indigencia por ingresos, lo cual corresponde a 1.287.982 personas pobres y 300.453 personas en condiciones de indigencia por ingresos. Al analizar los resultados de los indicadores por localidades, se observa que en las localidades de Usme, Ciudad Bolívar y San Cristóbal se encuentran que más de la tercera parte de su población es pobre según sus ingresos (incidencias). Luego les siguen las localidades de Rafael Uribe, Bosa, La Candelaria, Santa Fe, Los Mártires y Tunjuelito las cuales presentan incidencias que oscilan entre el 20% y el 30%. Adicionalmente, las localidades con mayores porcentajes de población en indigencia por ingresos son: Ciudad Bolívar, la Candelaria, San Cristóbal, Usme, Los Mártires, Santa Fe, Rafael Uribe Uribe y Bosa. (HENRY LAVERDE , 2016, pág. 7)

Método de medición, que posiciona en primer lugar de pobreza y en consecuencia de vulnerabilidad a la localidad de Ciudad Bolívar de Bogotá, localidad que en el momento actual cuenta con una población aproximada de 800.000 personas, según datos del DANE al año 2015. Es una población multicultural, está compuesta por indígenas, campesinos, desplazados y gran cantidad de población afrodescendiente. Localidad caracterizada por su alto nivel de pobreza en términos de indicadores, estratificada en estrato 1 y estrato 0, con los más altos índices de delincuencia común en Bogotá.

Su territorio colinda por el sur con la localidad de Usme, al norte con la localidad de Bosa, al oriente con la localidad de Tunjuelito y parte de Usme, y al occidente con Soacha Cundinamarca.

En Ciudad Bolívar hay 20.260 hogares en condiciones de pobreza y 4.595 en miseria. Dentro de los hogares pobres, el mayor número vive en condiciones de hacinamiento crítico seguido de un también alto porcentaje asociado a una alta dependencia económica. Ver cuadro 87. • El Índice de Condiciones de Vida de Ciudad Bolívar es 83.9, superior al de Bogotá (90.0) y superior al registrado por la localidad en el 2003 (87.0). Aunque los resultados agregados son favorables en la mayoría los componentes, persisten brechas significativas con las demás localidades, específicamente en el factor de educación y capital humano, en lo relacionado con el nivel de escolaridad máxima del jefe de hogar, de las personas mayores de 12 años, y con la proporción de niños de 5 a 11 años que asisten a un establecimiento educativo. También existen brechas con los factores de tamaño y la composición del hogar. (Corral, 2011, pág. 11)

Grafica No. 1 Condición de pobreza (Cuadro 87)

Cuadro 87. Distribución de hogares por indicadores de NBI en Ciudad Bolívar			
		Bogotá	Ciudad Bolívar
Hogares	TOTAL	1,978,528	145,353
Hogares con vivienda inadecuada	TOTAL	13,832	4,736
	%	0.7	3.3
Hogares con servicios inadecuados	TOTAL	4,635	958
	%	0.2	0.7
Hogares con hacinamiento crítico	TOTAL	52,154	11,070
	%	2.6	7.6
Hogares con inasistencia escolar	TOTAL	8,934	2,542
	%	0.5	1.7
Hogares con alta dependencia económica	TOTAL	30,824	6,535
	%	1.6	4.5
Hogares pobres por NBI (Una o más NBI)	TOTAL	98,276	20,260
	%	5.0	13.9
Hogares en miseria por NBI (Dos o más NBI)	TOTAL	10,679	4,595
	%	0.5	3.2

**Fuente:** Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en Secretaría de Planeación Distrital. Encuesta de Calidad de Vida 2007.

(Corral, 2011, pág. 12)

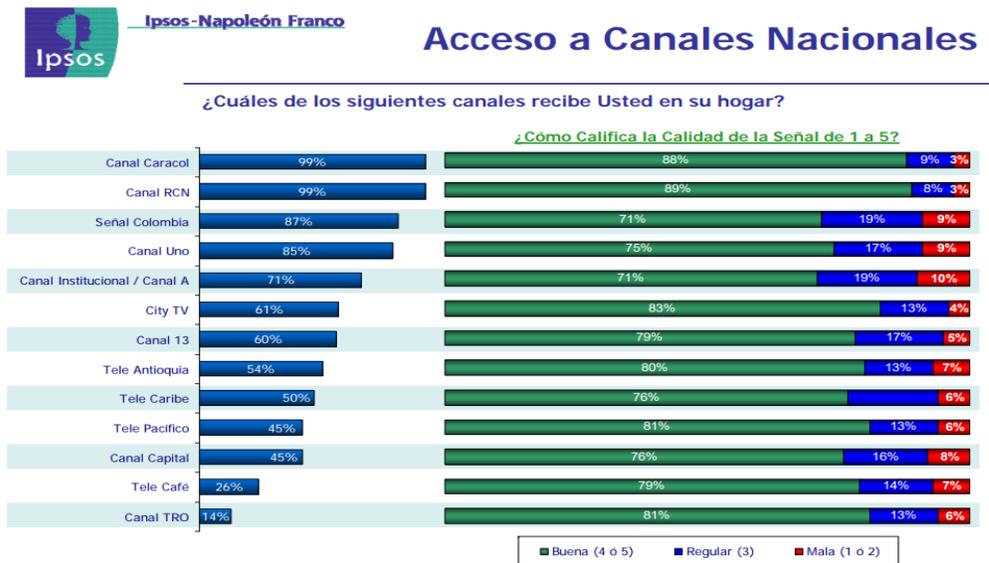
De forma tal que, es ésta la localidad que se ajusta a los factores de vulnerabilidad, siendo la localidad que responde con los postulados en indicadores de bajo nivel de educación, hacinamiento en el hogar, pobreza moderada y pobreza extrema, lo que posiciona en nivel crítico de vulnerabilidad a la injerencia de factores externos, en este caso discursivos e ideológicos, como los medios de comunicación televisivos, RCN y Caracol. El indicador de escaso poder adquisitivo, que es un elemento de medición de pobreza, sintetizado en que los habitantes de la localidad de Ciudad Bolívar de Bogotá cuentan en su aspecto generalizado con el aparato de televisión como único medio de comunicación y entretenimiento, aunado a ello, en concordancia con el bajo poder adquisitivo, la señal de televisión que reciben, al no tener solvencia para contratar parabólica o televisión por cable,

su única alternativa en términos generalizados, es sintonizar RCN y Caracol, al ser canales de acceso gratuito.

El bienestar de los hogares está restringido a necesidades como las condiciones de vivienda, la cobertura y calidad que reciben o pueden proporcionarse en términos de educación y salud, el entorno familiar y de su vecindario, entre otras. Tener en cuenta estas dimensiones no solo nos permite caracterizar mejor la pobreza, sino además capturar las posibles vulnerabilidades que están presentes en los hogares de manera dinámica. Las privaciones que sufren algunos hogares, en muchos casos diferentes a las monetarias, como, por ejemplo, la educación que brindan a los hijos, pueden tener efectos permanentes. (HENRY LAVERDE , 2016, pág. 51)

Para sintetizar, el factor de vulnerabilidad estudiado de forma multimodal, en este trabajo, permite dar cabida al trabajo de campo en la localidad de Ciudad Bolívar de Bogotá, dado que al haber manifestado la escala de vulnerabilidad con el factor de pobreza en que se encuentra la localidad en mención, en torno a la incidencia discursiva e ideológica de RCN y Caracol, al ser estos los canales de televisión Colombianos, mas visto tanto en Colombia.

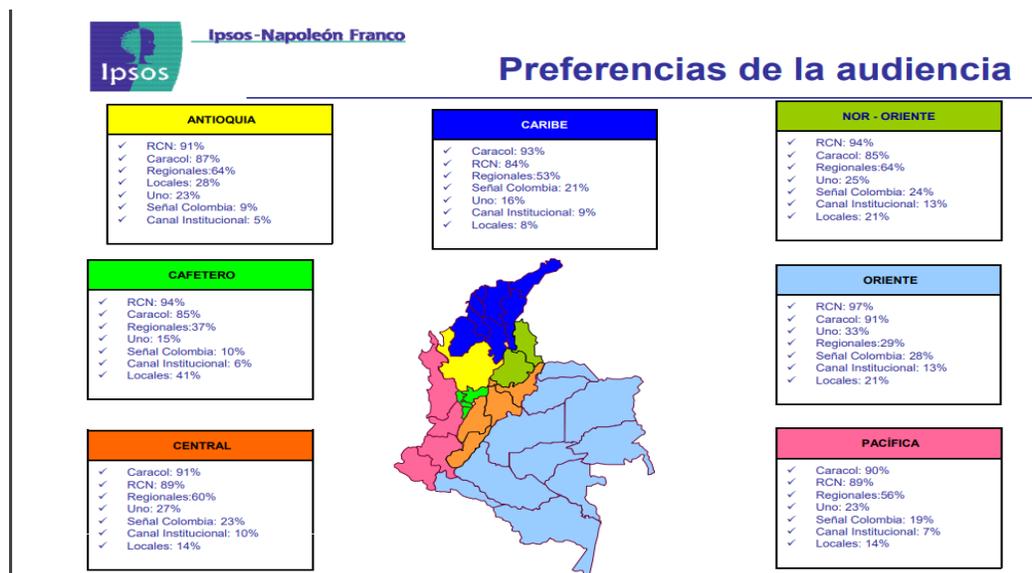
Grafica No. 2 Acceso a Canales de Nacionales



(Nobody's Unpredictable Comisión Nacional de Televisión , 2008, pág.

21)

Grafica No. 3 Preferencia de la audiencia



(Nobody's Unpredictable Comisión Nacional de Televisión , 2008, pág.

21)

En consecuencia, RCN y Caracol, aun en la actualidad de 2018, siguen siendo los canales televisivos con mayor audiencia en el territorio nacional, por elección del televidente, y en otros casos, por ser las únicas opciones con las que cuentan, debido a su escaso poder adquisitivo en el escenario de poder acceder a televisión cerrada, sumado a ello, por el alto grado de entretenimiento de la parrilla de estos dos canales.

#### **4.0 CAPITULO III**

##### **4.1 Trabajo de concienciación en la localidad de Ciudad Bolívar de Bogotá.**

Este proceso de investigación no sería completo si el aspecto teórico recolectado durante tanto espacio de tiempo, no es puesto en acción de manera práctica y con la población objeto de estudio, es por ello que respondiendo a la investigación en todos sus objetivos, se propuso adentrarse en la localidad previamente definida según los datos como la más vulnerable a manipulación discursiva e ideológica, por parte de los medios de comunicación televisivos más vistos en Colombia (RCN y Caracol) al determinar que cumple con las características propuestas, las cuales son determinantes en la comprobación de la hipótesis.

Se trabajó por medio de foros, en el cual se presentó material audiovisual con propaganda radicalista de los dos bandos o posiciones en el acuerdo de paz, propiamente cimentado en el mecanismo de participación ciudadana, denominado plebiscito. Propagandas y contenido a cerca del porque no se debe apoyar el proceso de paz, contenido amarillista y

emocional, como el que transmiten los Canales de televisión privada, RCN Y CARACOL, recopilación de contenido transmitido por estos dos canales durante un largo periodo de tiempo, la cual influyó en la toma de decisiones de los habitantes de la localidad de Ciudad Bolívar, a la hora de plasmar el voto en el Plebiscito.

Teniendo como uno de los principales autores intelectuales al señor Álvaro Uribe Vélez, precursor mayoritario de la campaña del No en el plebiscito, el cual aparece a lo largo de los videos proyectados, dando su opinión radical acerca de no negociar con terroristas, connotando su espíritu belicista y desde luego guerrerista que lo ha caracterizado a lo largo de su carrera política, discurso legitimado por los dos canales de televisión RCN Y CARACOL, previo a la campaña del NO, en el transcurso de la campaña y posterior a la campaña.

El contenido transmitido contó con la presencia de más de 90 personas en dos sesiones llevadas a cabo en la junta de acción comunal del barrio la estrella y en un jardín infantil del barrio Lucero Alto. Quedó plasmado en entrevistas, una vez terminada la proyección del material audiovisual, y desde luego una vez terminada la sesión.

Se abordó el tema de Estado de opinión, y del papel preponderante que actualmente tienen los medios de comunicación televisivos, proyectando videos de noticieros doctrinales y radicales de diferentes canales y posturas políticas. Especialmente se proyectó un video en el que el ex Presidente Uribe da sus discursos de Estado de opinión y campaña política.

Véase en greso modo el concepto de estado de opinión:

El Estado de opinión es algo así como lo siguiente: los distintos órganos del estado están sometidos al control de la opinión pública, que debe ser siempre tomada en cuenta por los gobernantes, pues es el control más importante en una democracia. Según el presidente, sin el respeto a la opinión se desdibujan las virtudes democráticas que reposan en la

independencia de las ramas del poder y en la existencia de organismos de control. (GARCIA, 2010, pág. 15)

Cuando se habla de Estado de opinión, surge en la mente una idea de avance en los modelos de Estado, pasando de un absolutismo a una democracia, de un Estado de derecho a un Estado social de derecho y por ultimo de un Estado social de derecho a un Estado de opinión, sin duda un avance en el modelo de Estado, pues sería algo así como pasar de una representación política a una opinión eficaz y asertiva de la comunidad en los actos concernientes al gobierno, un modelo de Estado con participación y opinión, nada mal ante la primera mirada.

Pero de igual manera surgen interrogantes obligatorios:

¿Será que el pueblo está listo para tomar todas las decisiones de carácter político?, ¿el pueblo tiene el adecuado conocimiento para tomar las riendas del país, sin intermediación de instituciones que lo limiten? ¿La educación política y administrativa del país responde en calidad para ello?

Ante esa óptica no es nada bárbaro afirmar que el pueblo, especialmente los estratos menos ilustrados, no tiene la educación suficiente para tomar las riendas del país, como decía Aristóteles y algunos filósofos griegos que hablaron de lo que es el Estado y las formas en que debería ser gobernado, teniendo escalas sociales, en las cuales los filósofos, es decir los sabios, eran los únicos que podían tener las riendas del gobierno, pues eran los apropiados para gobernar, Aristóteles hablaba de una aristocracia, es decir unos pocos en el poder, y ese sigue siendo el modelo actual, que no puede ser transformado de un día para otro, sin cambiar primero el modelo educativo, cultural y político del país.

En ese orden de ideas, todo va tomando un punto de enlace, por tanto es más fácil y da mejor resultado, persuadir a las personas por medio

de un discurso, que cambiar un modelo educativo, pues se ahorra dinero, tiempo, y los intereses de ese discurso afloran con más efectividad.

Un discurso puede darse a través de un medio de comunicación, que en tiempos como este, es de muy fácil acceso, y se considera como ente primario de educación de realidad, paulatinamente la opinión pública va equiparando un método a favor de un determinado partido político, sistema económico etc; que va persuadiendo a la masa receptora de esa información, legitimando el actuar del gobernante y deslegitimando las actuaciones de su oposición, lo que va creando una ideología política en el individuo, por medio de propagandas, distracciones, alteraciones de la realidad, entre otros.

Es decir que ese Estado de opinión es más un Estado de opinión de los medios de comunicación, desde el prisma de la creación de una opinión pública, para pasar a ser opinión instaurada en el público, creado en colaboración de clases dirigentes a las que les interesa el discurso implantado, que de forma indirecta se transmite y se recrea al pueblo como receptor, después de persuadir y legitimar las conductas de un determinado gobernante por medio de diferentes formas de discurso directo e indirecto, bien sea a través de noticias escandalosas y reiterativas del objetivo conceptual, de telenovelas, concursos etc.

Una vez se ha hecho el trabajo paulatino de transmitir el discurso ideológico en tiempo y espacio apropiado, el pueblo es llamado a la votación y a la opinión, con mecanismos de participación ciudadana, que si bien es cierto, son una figura de gran trascendencia, también tiene múltiples falencias.

Al mismo tiempo, es el momento de ubicar un ejemplo que no está para nada salido de la realidad Colombiana, pues no es nada más ni nada menos, que el gobierno del ex presidente Álvaro Uribe Vélez, un gobernante

con un excelente discurso político, que se aprovechaba de la situación de guerra, caos y de inseguridad del país, para proponer como pilar de su campaña la seguridad democrática, aliviando de esa manera un dolor de cabeza de la gran mayoría de colombianos ubicados en zonas periféricas del territorio nacional, pero descuidando la educación, la salud, la seguridad social, el sistema agrario, el presupuesto descentralizado, en fin, todos los elementos que no fueran ni hicieran parte de la guerra, utilizando los medios de comunicación televisivos (Caracol y RCN), para legitimar todas sus actuaciones.

Convenciendo al pueblo de que su plan de Gobierno guerrerista era la mejor opción de gobierno, así estuviera feneciendo la educación y la salud. Cuando termina su periodo presidencial acude a la figura de la reelección ganando por mayoría absoluta, cuatro años más tarde cuando de nuevo finaliza su periodo presidencial, convoca a una segunda reelección que no es permitida por la constitución política colombiana, lo cual le genera descontento y se atreve a proponer una reforma a la constitución mediante actos legislativos, pero la Corte Constitucional no se lo permite.

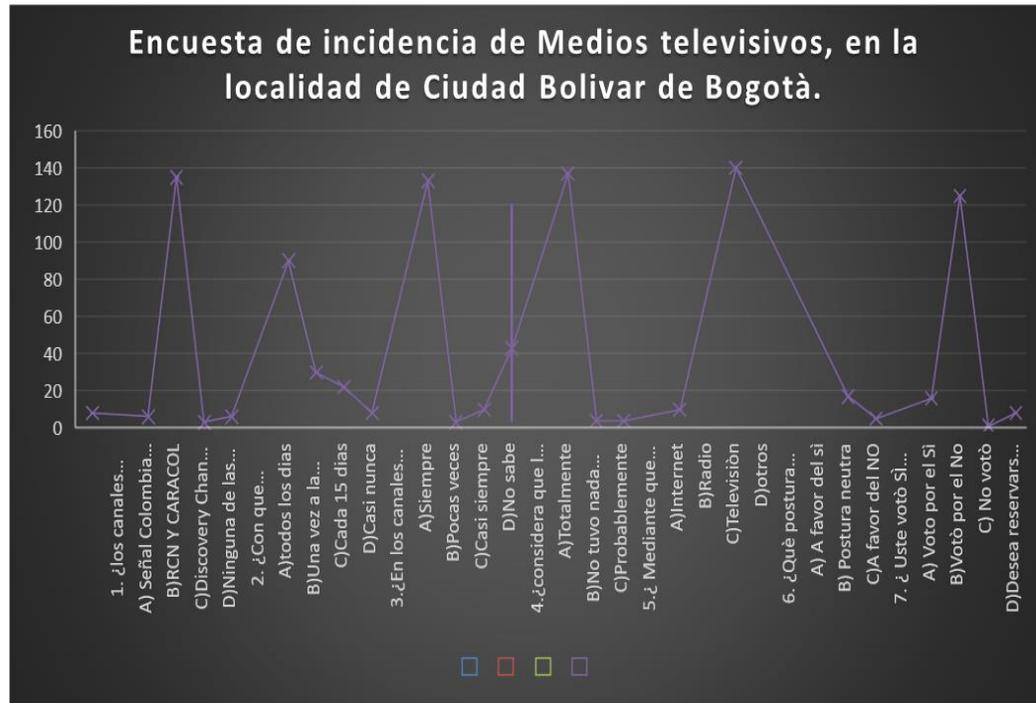
El problema radica en que bajo el modelo de Estado de opinión el pueblo hubiese permitido la reforma a la constitución, aceptando la segunda reelección, dado que el discurso persuasivo de RCN y Caracol, previamente se encargó de legitimar a toda costa el nombre Álvaro Uribe y su plan de Gobierno. Aprovechándose del nivel de vulnerabilidad según los indicadores socioeconómicos, educativos y culturales, en que se encuentra la gran mayoría de colombianos, principalmente las zonas caracterizadas con alto índice de pobreza, como la localidad de Ciudad Bolívar de Bogotá. Lo que lleva consigo facilidad al momento de incidir a través del discurso, vulnerabilidad manifestada en el capítulo inmediatamente anterior como una consecuencia del nivel educativo, y sobre todo socioeconómico.

De modo que el problema no es el planteamiento de un Estado de opinión, sino el Estado de cosas actual, pues la educación no responde con la demanda necesaria de conocimientos, no se educa para la vida, se está educando para la perpetuación del status quo a través de discursos en medios televisivos, y más grave aún, los medios de comunicación televisivos no cumplen la función social para lo cual fueron creados, desdibujaron su norte, convirtiéndose en mercancía privilegiada de las altas familias Colombianas.

## Grafica No.5 Resultado encuesta.

Cuestionario Investigación de Medios Televisivos	NUMERO DE VOTACIÓN	Porcentaje	Total encuestados 150
<b>1. ¿los canales televisivos mas vistos por usted son ?</b>			
A) Señal Colombia y Canal Capital	6	4%	
B) RCN Y CARACOL	135	90%	
C) Discovery Chanel y History Chanel	3	2%	
D) Ninguna de las anteriores	6	4%	
<b>2. ¿Con que frecuencia ve estos canales de televisión?</b>			
A) todos los días	90	60%	
B) Una vez a la semana	30	20%	
C) Cada 15 días	22	13%	
D) Casi nunca	8	5%	
<b>3. ¿En los canales televisivos que usted mas frecuente transmiten propaganda politica?</b>			
A) Siempre	133	89%	
B) Pocas veces	3	2%	
C) Casi siempre	10	7%	
D) No sabe	4	3%	
<b>4. ¿considera que la propaganda y contenido transmitido por Caracol y RCN influyó en su voto del Plebiscito del dia 2 de octubre de 2016?</b>			
A) Totalmente	137	91%	
B) No tuvo nada que ver	4	3%	
C) Probablemente	4	3%	
D) No sabe	5	4%	
<b>5. ¿ Mediante que medio se enteró del proceso de paz, y posteriormente del acuerdo? El cual era el tema principal del plebiscito</b>			
A) Internet	10	7%	
B) Radio			
C) Televisión	140	93%	
D) otros			
<b>6. ¿Qué postura considera que RCN Y CARACOL tuvo en la propaganda del plebiscito ?</b>			
A) A favor del si	17	11%	
B) Postura neutra	5	4%	
C) A favor del NO	120	80%	
D) No sabe	8	5%	
<b>7. ¿ Uste votó Sí o No en el Plebiscito ?</b>			
A) Voto por el Si	16	10%	
B) Votó por el No	125	83%	
C) No votó	1	1%	
D) Desea reservarse la respuesta	8	5%	

Grafica No.5



Como comprobación de lo anterior, en reiteradas oportunidades se realizó trabajo de campo en la Localidad de Ciudad Bolívar, utilizando como instrumento de medición el cuestionario y la entrevista en diferentes barrios de la mencionada Localidad, obteniendo como resultado sorprendente que, de las 150 personas encuestadas y entrevistadas, 135 marcaron la respuesta B, equivaliendo al 90% de los encuestados, concerniente a que los Canales de televisión que más ven es RCN y CARACOL. Aspecto que responde con la realidad en estadística por el DANE y la página de monitoreo de medios, en la que se especifica que la cifra de audiencia en Colombia, es de aproximadamente 80% concentrada en RCN Y CARACOL, estando por encima CARACOL, por casi el doble de audiencia, además de ello, en las localidades más vulnerables de Bogotá,

entre ellas, Ciudad Bolívar, la audiencia de estos dos canales privados sube por lo menos en 6 puntos más.

Así mismo, a la segunda pregunta, 90 de los encuestados marcaron la respuesta A, siendo esto el 60%, pregunta que refiere a que ven alguno de estos canales privados (RCN O CARACOL) todos los días, semblante que es de vital importancia, en la consecución ideológica propuesta por el discurso de estos medios, sobre la vulnerabilidad manifiesta del público receptor, como efecto de aceptación de la audiencia del contenido transmitido.

En la tercera pregunta, 133 personas encuestadas, marcaron la respuesta (C), siendo esto el 89%, referente al reconocimiento de que estos dos canales de televisión, transmiten PROPAGANDA POLÍTICA SIEMPRE, dejando como conclusión de que el público es consciente del papel político preponderante de estos medios televisivos.

En aspecto determinante y de mayor relevancia, se pudo medir que como comprobación de este proceso de investigación, un número de 137 entrevistados, equivalente al 91% del total encuestado, marcó la respuesta A de la pregunta número 4, haciendo referencia a que los canales televisivos RCN Y CARACOL, influyeron totalmente en la toma de decisión del voto del plebiscito el 2 de octubre del año 2016, respuesta que adquiere coherencia contrastándola con la pregunta número 6, la cual 120 personas respondieron la C, infiriendo que RCN Y CARACOL iban a favor del No en propaganda y contenido en el tema del Plebiscito.

Confirmando de manera positiva la hipótesis planteada en la investigación, acerca de que en la actualidad RCN y Caracol, tienen gran influencia en la población de la localidad de ciudad Bolívar a la hora de plasmar el voto en cualquiera que sea la contienda electoral, sea consulta, plebiscito, elección presidencial, alcaldía etc., pues la respuesta No.7 versó

sobre si el encuestado había votado SÌ o NO en el Plebiscito, respuesta que fue marcada por 125 personas en favor del No, siendo este el 83% del total de 150 personas encuestadas.

De igual notabilidad, se logró extraer que la población entrevistada y encuestada, del rango de edad entre 30 a 50 años, se inclinaron a responder en las preguntas 1, 2 y 5, que sus principales medios Televisivos son Rcn Y Caracol, igual respondieron que su decisión de voto en el Plebiscito fue totalmente impulsada por estos medios, que la forma en que tuvieron conocimiento y seguimiento al proceso de paz y a su implementación fue a través de estos medios televisivos. Mientras que en el rango de edad entre 19 y 29 años, aunque dijeron que sus principales medios de televisión son RCN Y Caracol, un porcentaje alto de estos jóvenes, aseveró que no ven televisión a diario, el 30% manifestó ver Tv una vez a la semana, otro 20% cada 15 días, sin embargo, manifestaron a través de sus respuestas que estos medios si tuvieron que ver en la toma de decisión en el voto.

En conclusión, se logra extraer de este instrumento de medición, que la hipótesis de la investigación, siendo esta, que los medios televisivos de RCN Y CARACOL aun en la actualidad, inciden de forma directa por medio del discurso ideológico, en la toma de decisiones políticas y jurídicas de las personas en condición de vulnerabilidad, (Ciudad Bolívar), al ser estos medios, los de más fácil acceso en la población, ordenando de manera indirecta la postura en favor del discurso impartido por el medio televisivo, en este caso, en favor de la decisión de votar por el NO en el plebiscito. Ya que fue la misma población objeto de estudio quien de forma directa respondió que su voto fue totalmente influenciado por RCN Y CARACOL.

Desde diferentes propuestas, se considera que la mejor manera de evidenciar y de aprovechar la recolección de datos y el estudio debidamente fundamentado en este trabajo, es plantear la alternativa de intervención, para una posible solución a través del tiempo, de la siguiente manera.

1: Generar concienciación en la sociedad colombiana, empezando con la localidad de Ciudad Bolívar, a través de campañas y de diferentes foros, sobre la influencia de los medios de comunicación televisivos en las decisiones jurídico -políticas de los sujetos receptores del canal televisivo.

Trabajo que se hará, por medio de videos con contenido engañoso, midiendo el grado de aptitud que las personas toman conforme al mismo, para seguidamente hacer una reflexión sobre las posturas políticas, ideológicas, y económicas, que tienen los canales de televisión.

Reflexión que contendrá ganancias para todos los asistentes, pues a los informales de manera personal las estrategias de manipulación que los medios televisivos utilizan en la transmisión de contenido, los asistentes tomaran una postura más prevenida a cerca de la información, opinión, o demás aspectos que puedan trasmitirse en un canal televisivo.

Además de ello, hacerles saber los conceptos de ideología, manipulación, medio de comunicación, entre otros aspectos, así como informarles de la poca regulación jurídica que la rama legislativa bajo el principio de libertad de prensa, de opinión y de libre expresión, ha manejado para dejar un vacío palmario en favor del mercado televisivo privado.

Así las cosas, no es descabellado proponer la alternativa de intervención desde el escenario de la conferencia, encaminada a la localidad de Ciudad Bolívar, que previamente en el segundo capítulo se definió como la población que cumple con las características idóneas para aplicarla.

La alternativa de intervención, después de un arduo estudio, tendrá aplicación en las juntas de acción comunal de la localidad de Ciudad Bolívar, de manera sucesiva, para que tenga mayor incidencia en la comunidad, y se vea como un problema que representa compromiso por parte del investigador.

Del mismo modo, también surge como escenario idóneo para aplicar el cuestionario y los foros, el colegio Oswaldo Guayasamin, que, según cifras del Ministerio de Educación, actualmente tiene matriculados más de 500 alumnos en ambas jornadas.

Cabe señalar que, los alumnos que se tendrán en cuenta para la aplicación de dichas herramientas, serán los de grado octavo en adelante, es decir hasta grado once, que son los que, de manera directa, podrán entender el problema que se expondrá.

Con esto en mente, la alternativa de intervención, que cuya pretensión es generar concienciación en la localidad de Ciudad Bolívar, cumpliría su objetivo, desde el aspecto social, y desde el área educativa. Además de ello, se extendería, a la generación de concienciación por parte de los profesores que estarán presentes en los foros, aspecto que equipara ganancias positivas desde la divulgación del proyecto.

En aras de que en el espacio temporal actual, el acceso a redes sociales es fácil, y si bien, no todo el mundo tiene acceso a internet, gran parte de la población colombiana sí lo tiene, se busca en complementación de la alternativa de intervención, tener cabida de intervención en un espacio mucho más grande, de manera sincrónica y asincrónica, con la creación de la página web de **CUIDATE DE LOS MEDIOS QUE YO TE LO EXPLICO**, página que contendrá material educativo, informativo y de investigación, con la única intención de informar al visitante, del gran peligro que representan los Medios televisivos desenfrenados en la actualidad. Página creada en la

Red social más visitada por el mundo entero, Facebook, a través de la cual el trabajo de generar concientización, será más rápido, y abarcará mayor cantidad de público.

## **5.0 MARCO METODOLÓGICO**

### **5.1. LINEA DE INVESTIGACIÓN**

En relación con las líneas de investigación socio jurídicas actualmente vigentes en la facultad de derecho de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, en aras de dotar al próximo graduando de aéreas y de diferentes maneras de llevar a cabo la investigación, se denota que este trabajo maneja la línea de investigación denominada Derecho, Sociedad y Cultura En La Formación Jurídica, la cual tiene estrecha relación, en la aproximación al estudio de las relaciones sociales con el mundo jurídico, lo cual no está nada alejado de la realidad, al precisar que en esta investigación se estudia la incidencia de los medios de comunicación televisivos, en consecuencia con las decisiones jurídicas y políticas de la población objeto de estudio, lo cual repercute en un comportamiento social que tiene como consecuencia el mundo jurídico, a través del mecanismo del voto ciudadano.

### **5.2. FORMA DE LA INVESTIGACIÓN**

El presente trabajo según su temática se ajusta a la forma socio-jurídica, que posee aspectos en el mundo de las relaciones sociales de los sujetos en interacción y también del papel del ordenamiento jurídico, en sus vacíos o en sus consecuencias de aplicación, lo que para el caso repercute

de manera significativa al estudiar un fenómeno social como es la incidencia de los medios televisivos en las decisiones jurídicas de los Bogotanos (el voto), especialmente los habitantes de la localidad de Ciudad Bolívar, aspectos que conjugados responden a la línea planteada, en el marco de la responsabilidad social de la academia y del mundo jurídico con base en la interacción del sujeto- el medio televisivo- y su posterior decisión el voto, como consecuencia de conjugación de los tres factores.

Teniendo en cuenta la definición proporcionada en el libro metodología de la investigación social y jurídica en Colombia, en donde se manifiesta que la investigación socio jurídica es aquella que articula un aspecto legal con uno social, analizando el modo en como el sujeto se comporta con respecto de la ley (Sepulveda, 2008)

### **5.3. METODO**

El estudio realizado parte de un fenómeno social, el cual se cimenta en la observación de las decisiones jurídicas y políticas de los habitantes de la localidad de Ciudad Bolívar de Bogotá, analizando las múltiples áreas de implicación en ámbito social y jurídico que trae consigo esta práctica, lo que lleva a la problematización de determinar las características particulares del objeto de estudio, que logren establecer los factores internos y externos particulares, responsables de la incidencia de los canales televisivos Rcn y Caracol. Para concluir una premisa general que logré establecer la hipótesis de esta investigación, entendiéndolo dentro de los parámetros del método inductivo en la investigación científica, que busca a través de premisas particulares obtener una premisa general.

#### 5.4. PARADIGMA

Teniendo en cuenta el autor principal que se tomó como referente para establecer el marco metodológico, el cual es Roberto Hernández Sampieri, el paradigma trabajado es mixto, dado que posee aspectos cualitativos y cuantitativos, pues se logra estudiar características propias de la población objeto de estudio, desde el método inductivo, arrancando desde las cualidades de la población, para de esa manera establecer premisas generales que puedan servir de sustento teórico a la hora de hablar del tipo de incidencia y sus principales consecuencias en la institucionalidad del voto, con la pretensión de recolectar datos precisos, que sustenten en cifras las hipótesis planteadas, sin tener que ser netamente fundamentada en cifras o estadística.

Las investigaciones con enfoque mixto consisten en la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno. Pueden ser conjuntados de tal manera que las aproximaciones cuantitativa y cualitativa conserven sus estructuras y procedimientos originales (“forma pura de los métodos mixtos”). Alternativamente, estos métodos pueden ser adaptados, alterados o sintetizados para efectuar la investigación y lidiar con los costos del estudio (“forma modificada de los métodos mixtos”). (Sampieri & Fernandez, 2010, pág. 13)

Aspecto que permite encontrar una perspectiva más amplia, objetiva y eficiente del proceso de investigación en cuanto al fenómeno estudiado, pues al combinar estos dos paradigmas, se logra de manera sistemática articular el aspecto inductivo, lo a que a su vez permite encontrar un escenario mucho más rico en aspectos propios de la población objeto de estudio, así como en los datos aplicados y estudiados, teniendo como prevalencia o inclinación

propia hacia el paradigma cualitativo, el cual será el llamado a llevar el norte de la misma, con ayuda del paradigma cuantitativo en menor proporción.

#### **4.5 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

En aspecto general, el objetivo principal de la presente investigación es determinar el grado de incidencia de los canales con mayor rating de la televisión colombiana (Caracol Y Rcn) en las decisiones jurídicas y políticas de la población de Ciudad Bolívar de Bogotá. Aspecto que se enmarca en el tipo de investigación correlacional, debido a que se parte de la relación existente entre la variable dependiente (decisiones jurídicas y políticas en la población de Ciudad Bolívar de Bogotá) con la variable independiente (medios de comunicación televisivos (Caracol Y RCN))

Los estudios correlacionales miden las dos o más variables que se pretende ver si están o no relacionadas en los mismos sujetos y después se analiza la correlación. Por ejemplo, un investigador que desee analizar la relación entre la motivación laboral y la productividad en un grupo de trabajadores -digamos, de varias empresas industriales con más de 1000 trabajadores de la Ciudad de Bogotá, Colombia-, mediría en cada uno de esos trabajadores su motivación y su productividad, y después analizaría si los trabajadores con mayor motivación son o no los más productivos. (Sampieri, 2010, pág. 15)

En efecto, a través del análisis de las variables planteadas en esta investigación, se busca medir si el grado de incidencia de la variable independiente es alto o bajo con relación a la variable dependiente. A causa de esto, el tipo de investigación responde a los parámetros de una investigación correlacional, con apoyo de la explicación secundaria de conceptos que ayuden en el entendimiento de las características que permiten el mayor o menor grado de incidencia entre la causa y el efecto de las variables en relación.

A partir de esto, se examinan las particularidades en común del grupo estudiado dentro de la variable, por medio de la observación y de instrumentos que permitan constatar la fiabilidad del estímulo directo y/o indirecto en la respuesta. Respuesta que debe manifestarse reiterativa y generalizada, debido a que se da respeto al mismo comportamiento del concepto en consideración.

## 5.6. TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

A lo largo de la investigación se usa la técnica de la **entrevista** y el instrumento de medición del **cuestionario**, en busca de obtener información confiable, haciendo trabajo de campo con la población de Ciudad Bolívar, sujetos a los que se les realizará la entrevista, siendo ésta la indicada, al ser un instrumento que prefigura una charla informal con el sujeto entrevistado, dejando que de manera libre y espontánea el entrevistado argumente su punto de vista de lo vivido en su cotidianidad al formular preguntas abiertas, que logren obtener respuestas que midan mucho más que un sí o un no, y de manera formal, responder preguntas cerradas formuladas en el cuestionario, las cuales son debidamente planteadas, teniendo en cuenta las múltiples respuestas y problemáticas de la población, para la obtención de información veraz y relevante en la investigación. Instrumentos que a la luz de Sampieri, reúnen los dos elementos que todo instrumento de recolección de datos debe poseer:

Toda medición o instrumento de recolección de los datos debe reunir dos requisitos esenciales: *confiabilidad* y *validez*. La *confiabilidad* de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto,

produce iguales resultados. *La validez*, en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir. (Roberto Hernández Sampieri, 2010, pág. 364).

Teniendo en cuenta de esta manera, que los dos instrumentos de medición de datos, la entrevista y el cuestionario, gozan de los dos requisitos planteados por Hernández Sampieri, hace que la técnica de recolección de datos cobre sentido y relevancia en el presente trabajo investigativo.

## **6.0 CONCLUSIONES**

La creación y expansión de los medios televisivos, trajo consigo un gran avance a nivel mundial, en torno al acercamiento cada vez más práctico del pueblo televidente con la información sincrónica y asincrónica de acontecimientos de especial importancia para los ciudadanos, tales como noticias inmediatas de catástrofes naturales, presentación de candidatos políticos, como otros muchos acontecimientos del diario vivir.

Sin embargo, a través de los años, este medio de comunicación práctico que desplazó a sus predecesores ( radio y prensa), fue acogido por grandes poderes económicos y políticos, como instrumento garante de legitimación de planes de gobierno, de avances económicos y desde luego de cimentación de ideas infundadas en la población que permiten la consecución de manera indirecta en instrumentos político-civiles como la toma de decisión del voto, decisión a través de manipulación de información transmitida al sujeto.

Colombia inauguró la televisión en el año 1954, con la finalidad de servir a la ciudadanía, como medio reproductor de cultura y educación de naturaleza pública, años más tarde se dio la comercialización privada de este, hasta el punto de perder prácticamente el fin para el cual fue creado, dado que la función social de educar y de ayudar en el área de cultura, quedó relegado por la propaganda, el entretenimiento y la opinión, al no contar el Estado Colombiano con una verdadera institución que garantice el cumplimiento de los fines, que sancione, multe y censure el carácter netamente económico de canales privados.

El único medio de defensa con el que cuenta el televidente de los canales de televisión privados en Colombia, es la figura del Defensor del Televidente, el cual es ineficiente e ineficaz, debido a que su actividad no es objetiva al ser juez y parte, dado que su elección es por parte del canal de televisión, lo que genera gran desconfianza en la audiencia.

Es pertinente, debido al vacío legislativo en materia televisiva en Colombia, la radicación de un proyecto de ley, que busque la regulación del contenido y transmisión de material educativo, cultural e informativo, en cumplimiento de los fines a partir de los cuales se inauguró la televisión en Colombia, siendo este un servicio público.

Se llega al punto de que, Caracol y RCN televisión, como principales Medios en Colombia, legitimaron y transmitieron propagandas con un discurso en contra del tratado de paz que se sometió a plebiscito el día 2 de octubre de 2016, constatado mediante trabajo de campo en la localidad de Ciudad Bolívar, lugar donde la propia comunidad a través de cuestionarios y de entrevistas, así lo aseveró.

Se logró de manera contundente, determinar que aun en la actualidad la televisión nacional, principalmente RCN y Caracol, Incide en nivel alto en la toma de decisiones de las poblaciones con mayor vulnerabilidad en Colombia, motivo que permite dotar de especial importancia la generación de alternativas que mitiguen el impacto de estos canales en la audiencia.

## **6.0 ALTERNATIVAS DE INTERVENCION Y/O SOLUCION SOCIO-JURIDICAS**

Como alternativas de intervención y de solución se presentan las siguientes:

- Proyecto de ley por medio del cual se modifican algunas disposiciones de la **LEY 1507 DE 2012** y la **LEY 335 de 1996**, y se dictan otras disposiciones en busca de garantizar los fines de cultura y educación en la Televisión Colombiana.
- Página de facebook denominada **CUIDATE DE LOS MEDIOS QUE YO TE LO EXPLICO**.
- Foros y cátedra continuada en la localidad de Ciudad Bolívar de Bogotá.

Descripción de las alternativas de intervención y/o solución.

## **6.1 Proyecto de ley**

Una vez se confirmó que los medios televisivos en Colombia ostentan un papel importante en el diario vivir de los televidentes a lo largo de la historia, siguiendo vigente en la actualidad. Parece pertinente proponer una alternativa de intervención y posible solución al fenómeno, el cual es un proyecto de ley de regulación de contenido, sin llegar a la censura, del contenido obligatorio de material educativo y cultural que responda con los fines y principios de la TV en Colombia.

## **Exposición De Motivos**

### **Introducción.**

A nivel mundial, el auge y avance tecnológico a traído consigo significativos instrumentos que han servido de ayuda en diferentes labores, entre este avance, se encuentran los medios de comunicación en su género, y en su especie, los medios de comunicación televisivos, que en la actualidad Colombiana cumplen hoy más de 64 años prestando un servicio público de información y comunicación, sirviendo de puente entre los acontecimientos y la población.

En el territorio Colombiano, la televisión entró en vigencia con fines específicos, entre ellos, los de informar, educar y acercar a la población a la cultura, siendo estos los principios rectores que dieron viabilidad a su funcionamiento. Dejando con el tiempo de ser un servicio televisivo netamente público, a convertirse en un sistema mixto.

El Estado Colombiano, ha entendido el servicio de televisión como un negocio mercantil de estratégica ganancia, con base en ello, ha brindado concesiones a múltiples particulares, con objeto netamente mercantil, aspecto que no está nada mal a simple vista, pero que a la luz de la actualidad, la prestación del servicio de televisión privado sobrepasa tajantemente el servicio de televisión público, lo que negativamente lleva consigo la pérdida del objetivo inicial, en vista del poco compromiso de responsabilidad social de la televisión privada.

Teniendo en cuenta que sea televisión pública, privada o mixta, se debe hacer uso de uno de los elementos que componen el Estado Colombiano, como es el Espectro Electromagnético, debe ser el Estado en su sentido amplio el encargado de regular y velar por el fiel cumplimiento de los principios sinencuanon que rigen la prestación del servicio.

Es claro que con el liberalismo económico, entraron en vigor postulados importantes y fundamentales como la libertad de empresa, y que con la entrada en vigencia de la actual Constitución Política de Colombia, Derechos fundamentales como la libertad de expresión, el Derecho a recibir y transmitir información, se convirtieron en Derechos de especial protección, en consonancia con la Carta de las Naciones Unidas, la Declaración Universal de los Derechos Humanos en el escenario de un país afectado por múltiples guerras civiles y por un conflicto armado a lo largo de la historia.

En efecto, la realidad da cuenta del oligopolio que RCN y Caracol siendo privados, tienen en audiencia, debido a múltiples factores como la señal y contenido de entretenimiento ilimitado, lo cual causa satisfacción en los receptores, pero no cumple con los fines de la televisión en Colombia, (educación, cultura e información). Visto que, la ganancia en rating se ve reflejada en transmisión de reality shows, novelas de narcotráfico, prostitución, drogadicción y de violencia simbólica, excluyente de la diferencia, fomentando la discriminación de los considerados mas débiles

por su situación física o económica. Estos medios ven el norte en el ocio y el entretenimiento perjudicial en materia de lenguaje sociocultural e imagen a nivel internacional.

Claro está, el problema no radica solo en RCN Y CARACOL, sino en el contenido transmitido de la generalidad de la TV privada, aspecto realmente preocupante en la actualidad.

Con la entrada en vigencia de la ley 335 de 1996 donde se crea la Comisión Nacional de Televisión, se abre espacio a que dicha entidad sea la reguladora y sancionadora de los canales de televisión que no cumplan con los preceptos estipulados, valiendo en su artículo 11 la obligación de reservar el 5% de su programación para presentar contenido de interés público y social. Aspecto que es notoriamente inaplicado por los canales privados de televisión, basta con ver la parrilla de programación de un día cualquiera, en el que es notorio que el interés público y social, es confundido de manera caprichosa por estos medios, en transmitir ocio y entretenimiento, panorama que no va en cumplimiento de educar ni de informar en cultura a la audiencia, pero por el contrario margina cada vez mas de la cultura educativa al televidente, sesgando su punto de vista.

No tan alejado está el amarillismo utilizado por los noticieros en la presentación de algunas noticias de carácter relevante para el canal, en consecución de favorecer cierto grupo político, social etc. Vulnerando el derecho fundamental de la audiencia a recibir información veraz y objetiva.

En el avance legislativo, con la liquidación de la Comisión Nacional de Televisión y la entrada en vigencia de la Autoridad Nacional de Televisión, se pretendió hacer más efectivo el tema de sanciones y de cumplimiento, pero en realidad el panorama sigue siendo el mismo, en términos generales la denominación cambia, algunas funciones se modifican, pero el sentido formal y sustancial sigue en iguales términos.

De manera análoga, el papel del defensor del televidente, creado bajo la misma ley 335 de 1996, no cumple un papel determinante, efectivo ni eficiente, al caracterizar un papel netamente de adorno, designado por el propio canal de televisión, lo que convierte a la figura del defensor del televidente en juez y parte, es decir, no goza de objetividad y mucho menos de credibilidad, siendo este, un presentador más, contratado por el canal de televisión en procura de cumplir con el requisito.

Aunado a ello, la hora de transmisión del espacio del defensor del televidente, se hace en horario inapropiado para cumplir con el objetivo, el cual es velar por el bienestar, la honra y el respeto del televidente. Concluyendo con esto, que la manera en que se está materializando esta figura, es netamente ineficiente.

Así las cosas, al tener presente la nefasta realidad que se vive en los medios de comunicación televisivos privados del país, se hace más que necesario un proyecto de ley que vele por el cumplimiento de los fines para los cuales fue instaurada la televisión en Colombia, que posicione la figura del defensor del televidente como una figura seria, con credibilidad y desde luego objetiva y eficiente. Además de velar por el cumplimiento de transmisión de contenido educativo y cultural, en busca de materializar no solo los fines, sino también la responsabilidad social empresarial. Posicionándose dentro de un Estado social de Derecho, en consecución de una sociedad democrática, reguladora de los derechos de comunicación, para garantizar la libertad de expresión, como arista del bien común. Todo ello, para que la información e ideas no estén sometidas a la lógica del mercado, la cual responde al querer de los propietarios de los medios de comunicación.

Asumiendo que, en virtud de la Constitución política de Colombia en el artículo 77, modificado por el artículo 2 del acto legislativo No 2 de 2011, se estipula que el prestigioso Congreso de la Republica será el encargado de

expedir la ley que fijará la política en materia de televisión, hoy presento antes ustedes el siguiente proyecto de ley:

**PROYECTO DE LEY \_\_\_\_ de 2018**

**(Septiembre 15 de 2018)**

Diario Oficial No. \_\_ \_\_, de septiembre de 2018

**CONGRESO DE LA REPÚBLICA**

Por la cual se modifican algunas disposiciones de la **LEY 1507 DE 2012** y la **LEY 335 de 1996**, y se dictan otras disposiciones en busca de garantizar los fines de cultura y educación en la Televisión Colombiana.

**CONGRESO DE LA REPÚBLICA**

**DECRETA:**

**TÍTULO I.**

**DISPOSICIONES GENERALES.**

**Art. 1.- Objeto y ámbito.-** Esta ley tiene por objeto regular el contenido transmitido por los Canales Televisivos públicos y privados en el territorio Nacional, garantizando los fines y principios propios de cultura y educación en medios, teniendo en cuenta que la televisión es un servicio público de competencia de la Nación, aspecto que comprende la protección de principios y garantías Constitucionales de las personas involucradas.

**Art. 2. El artículo 11 de la ley 335 de 1996 quedará así:**

Los operadores públicos y privados de televisión deberán transmitir contenido exclusivamente educativo y cultural, con un mínimo de tiempo de 75 minutos a la semana, en horario de alta audiencia. 10 minutos se destinará a la Defensoría del Televidente.

Deberá implementarse lo anterior en un término máximo de 12 meses contados a partir de la vigencia de la presente ley.

**Parágrafo 1.** La Autoridad Nacional de Televisión podrá prorrogar el plazo de manera motivada cuando las circunstancias así lo aconsejen, en todo caso la prórroga no podrá exceder de un término mayor a seis (6) meses.

**Parágrafo 2.** La Autoridad Nacional de Televisión deberá establecer las sanciones y multas pecuniarias a que haya lugar con el incumplimiento del inciso primero del presente artículo.

**Art 3.** El Defensor del Televidente será postulado y designado por una terna integrada de la siguiente manera:

- A) Un representante del Canal televisivo
- B) Un miembro de la Junta Nacional de Televisión delegado por el Ministro de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones
- C) Un representante de la Sociedad Civil miembro de la Junta Nacional de Televisión.

**Parágrafo 1. Incompatibilidades del Defensor del Televidente.** El ejercicio de Defensor Del Televidente será incompatible con todo cargo vigente desempeñado en el canal de televisión o realizado durante los dos (2) años inmediatamente anteriores.

**Parágrafo 2.** La Autoridad Nacional de Televisión, se encargará de establecer el procedimiento de elección y designación del defensor del televidente, cumpliendo con lo establecido en el presente artículo.

**Art. 4.** El artículo 3 de la ley 1507 DE 2012 quedará así:

**ARTÍCULO 3o. FUNCIONES DE LA AUTORIDAD NACIONAL DE TELEVISIÓN**

(ANTV). De conformidad con los fines y principios establecidos en el artículo 2o de

La Ley 182 de 1995, la ANTV ejercerá las siguientes funciones, con excepción de las

Consignadas en los artículos 10, 11, 12, 13, 14 y 15 de la presente ley:

a) Ejecutar para el cumplimiento de su objeto los actos y contratos propios de su

Naturaleza;

b) Adjudicar las concesiones y licencias de servicio, espacios de televisión, de conformidad con la ley;

c) Coordinar con la ANE los asuntos relativos a la gestión, administración y control del espectro radioeléctrico;

d) Diseñar e implementar estrategias pedagógicas para que la teleaudiencia familiar e infantil puedan desarrollar el espíritu crítico respecto de la información recibida a través de la televisión;

e) Sancionar cuando haya lugar a quienes violen con la prestación del servicio público de televisión, las disposiciones constitucionales y legales que amparan específicamente los derechos de la familia y de los niños;

f) Asistir, colaborar y acompañar en lo relativo a las funciones de la ANTV, al Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en la preparación y atención de las reuniones con los organismos internacionales de Telecomunicaciones en los que hace parte Colombia;

g) Asistir al Gobierno Nacional en el estudio y preparación de las materias relativas a los servicios de televisión;

h) La ANTV será responsable ante el Congreso de la República de atender los requerimientos y citaciones que este le solicite a través de las plenarias y comisiones;

i) Velar por el fortalecimiento y desarrollo de la TV Pública;

j) Promover y desarrollar la industria de la televisión;

k) Dictar su propio reglamento y demás funciones que establezca la ley;

L) Velar por el cumplimiento de los fines y principios de educación y cultural, en el servicio de televisión, sancionando cuando haya lugar a los canales televisivos que incumplan con lo establecido en el artículo 1 de la presente ley.

### **Art.- 5.- Objetividad De Los Noticieros Públicos Y Privados En La Transmisión De Asuntos Judiciales**

Los medios de comunicación televisivos, en cumplimiento con el principio y Derecho fundamental de la audiencia a recibir información veraz y objetiva, tendrán el deber de no tomar posición en eventos judiciales, garantizando el debido proceso de las personas involucradas, hasta que hubiere sentencia ejecutoriada por el juez, que demuestre la inocencia o culpabilidad del implicado.

Del mismo modo deberá garantizarse la equidad en la transmisión y publicidad del caso concreto, brindándole el mismo tratamiento a ambas partes.

La Autoridad Nacional de Televisión deberá establecer las sanciones y multas pecuniarias a que haya lugar con el incumplimiento de lo anterior.

**Art. 6** – Vigencia y derogatoria: la presente ley rige a partir de la fecha de su promulgación y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.

Proyecto de ley que fue sustentando en la comisión 5 del Congreso de la Republica, el día miércoles 12 de septiembre de 2018 a las 2:00 pm, el cual tuvo gran acogida por los Senadores y Representantes a la Cámara, resaltando el compromiso social tanto del proyecto como del ponente.

Llegando al acuerdo, de que se me respetará la autoría del proyecto de ley, delegando como coautores del mismo, al Senador Juan Felipe Lemus Uribe y al Representante a la Cámara Oscar Tulio Lizcano, para que de esta manera, la iniciativa del proyecto sea legislativa y no iniciativa legislativa popular, en términos de que debido a la importancia del proyecto, debe ser

tramitado en la presente legislatura con el trámite de ley estatutaria, por versar sobre Derechos Fundamentales consagrados en la Constitución Política de Colombia. Así las cosas, si la iniciativa llegase a ser legislativa popular, el trámite de consecución de firmas de la Ciudadanía, la revisión por la Registraduría Nacional del Estado Civil y del Consejo Nacional Electoral, conllevaría a un espacio aproximado de 3 años.

El comité de Democracia del partido de la Unidad Nacional, por medios de sus asesores internos de pertinencia y viabilidad de proyectos de ley, dieron el visto bueno, mediante acto público en la sala de presidencia del Senado de la Republica.

Lo cual, lleva a la conclusión satisfactoria, de que la alternativa de intervención de este proyecto, no se quedó en el papel, sino que ya es todo un éxito al estar en trámite en el Congreso de la Republica de nuestra Nación.

#### **•6.2 Página De Facebook Denominada CUIDATE DE LOS MEDIOS QUE YO TE LO EXPLICO.**

Dado que la tecnología cada vez más se posiciona como medio de interacción entre los acontecimientos del mundo y la población, se decidió crear una página de Facebook que tiene como objetivo primordial, dotar a los seguidores de contenido académico a cerca de la incidencia de los medios de comunicación televisiva, a través de las estrategias de manipulación mediática, definidas por Noam Chomsky. Con el propósito de generar concienciación desde diferentes aéreas del conocimiento acerca del fenómeno planteado. Teniendo presente, que el contenido publicado y puesto en consideración al Público, goza de total viabilidad y sustento científico.

Al ser Facebook una red social mundial, se logra llegar a muchas más personas, de las que se conseguiría físicamente, tanto así que al día de hoy la pagina cuenta con seguidores de todos los Departamentos de Colombia, y de algunos seguidores de países diversos países.

### **6.3 Foros y cátedra continuada en la localidad de Ciudad Bolívar de Bogotá.**

Se realizó en varias oportunidades foros y cátedras abiertas a todo público, en salones comunales de la Localidad de Ciudad Bolívar y en reuniones de padres de familia de jardines infantiles del Barrio el Tesoro y Lucero alto, teniendo como fuente de apoyo, la presentación de un video construido, el que goza de contenido extraído de programación emitida por RCN y Caracol a cerca del tratado de paz, así como de múltiples videos virales recreados en redes sociales, acerca del mismo tema.

Seguidamente se trasmitió en las diferentes charlas, un video engañoso, sobre un tema particular, con la pretensión de que una vez terminadas las presentaciones, se le diera la palabra a los asistentes, para que opinaran sobre lo transmitido. Estableciendo una relación de causa y efecto, en el entendido de que más del 90% de las personas que se atrevieron a opinar, lo hacían con la postura encaminada a la aceptación como verdad establecida de la mentira que se les había transmitido, y para ejemplificarles en primera persona sobre el fenómeno de incidencia de los medios.

Una vez terminado el espacio de opinión, se abordaron conceptos académicos como discurso, manipulación, estrategias de manipulación, y se les habló de la incidencia de la televisión en ellos y en sus hogares, abordando el área de regulación ineficiente, para que así, como aspecto de concientización, los asistentes tomen conciencia y estén más alerta sobre el fenómeno que están afrentando día a día.

## Referencias Bibliográficas.

REAL ACADEMIA. (15 de marzo de 2018). DICCIONARIO DE LA LENGUA. Obtenido de Real Academia Española: <http://dle.rae.es/?w=diccionario>

Autoridad Nacional De Television, 064 (Autoridad Nacional De Television 21 de ENERO de 2012).

Autoridad Nacional De Television, 064 (Autoridad Nacional De Television 21 de ENERO de 2012).

Breu, R. (2011). Educar en medios de comunicación- La educación mediática (abril 2011 ed.). Barcelona: GRAO.

BUSSO, G. (2001). Vulnerabilidad Social: Nociones E Implicancias De Politicas Para Latinoamerica A Inicios Del Siglo XXI. Santiago de Chile : NACIONES UNIDAS .

CHOMSKY, N. (1979). Armas silenciosas para guerras tranquilas . Grupo Bilderberg.

CHOMSKY, N. (1996). Consenimiento sin consentimiento: la uniformacion de la opinión publica . OMEGALFA.

Corral, M. P. (2011). inversión publica, medición de pobreza multimodal . Bogotá: DANE .

De La Fuente García, M. (2004). Análisis crítico del discurso y racismo en los medios de comunicación. Madrid: Arco Libros.

Estadística, D. N. (2016). Encuesta multiproposito para Bogotá. Bogotá : publicaciones DANE.

FAIRCLOUGH, N. y. (2000). "Análisis crítico del discurso" T. A. van Dijk Estudios sobre el discurso. Una (Vol. II). Barcelona: Gedisa.

FOUCAULT, M. (2007). Nacimiento De La Biopolitica: Curso Del College De France (1978-1979). Buenos Aires : Fondo de cultura economica .

GALAN, J. A. (2011). Historia De Los Medios De Comunicación En Colombia. Pereira: Periodico Institución Educativa José Antonio Galan.

GARCIA, C. (2010). El Estado De Opinión Como Una Nueva Fase Del Estado De Derecho . Neiva Huila: Universidad Sur Colombiana .

HECTOR, G. (2015). CONSTITUCION. BOGOTÀ: ARGOS.

HENRY LAVERDE . (2016). Medicion De La Pobreza En Colombia . CRITERIO LIBRE UNIVERSIDAD LIBRE , 70.

Jiménez, M. R. (1997). Formación y educación para la democracia en Colombia: apuntes para un estado del arte. Bogota: UNESCO.

ley 182 de 1995 (Congreso de la Republica 20 de enero de 1995).

M. J. Watts, H. G. (1993). The space of vulnerability: the causal structure of hunger and famine (Vol. 17). MANCHESTER, Inglaterra : the university of Manchester .

Manzano, V. (2005). Introducción al analisis del discurso. Obtenido de <http://personal.us.es/vmanzano/docencia/metodos/discurso.pdf>

Nobody's Unpredictable Comisión Nacional de Televisión . (2008). La Gran Encuesta de la Televisión en Colombia. IPSOS, 117.

Ortiz, J. (14 de julio de 2013). La propaganda nazi al servicio del Führer. Obtenido de La propaganda nazi al servicio del Führer: <http://www.elcajondegri.com/2013/07/la-propaganda-nazi-al-servicio-del.html>

Rivera, v. D. (2016). Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador: ¿Dispositivo de Poder o de. Quito, Ecuador : PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR.

Sampieri, R. H., & Fernandez Collado, C. &. (2010). Metodoloía de la investigación. Mexico: Interamericana Editores, S.A De C.V.

SANTANDER, P. (2011). Por qué y cómo hacer análisis de discurso. [www.moebio.uchile.cl/41/santander.html](http://www.moebio.uchile.cl/41/santander.html), 210.

SENTENCIA T-439 (CORTE CONSTITUCIONAL- SALA SEXTA 2009).

SENTENCIA T-439 (CORTE CONSTITUCIONAL 2009).

Sepulveda, S. d. (2008). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL Y JURIDICA EN COLOMBIA 2008. BOGOTÁ: jurídicas Gustavo Ibañez C Ltda.

Staff Merkactiva. (8 de octubre de 2012). Marketing Político: Propaganda y los Principios de Goebbels (1938). Obtenido de Goebbels: <http://www.merkactiva.com/blog/mkt-politico-propaganda-y-los-principios-de-goebbels/>

VIZCAINO, M. (2004). La legislación de televisión en Colombia: entre el Estado y el mercad. <http://www.scielo.org.co/pdf/rhc/n28/n28a06.pdf>, 152.

Vizcaíno, M. (2006). Universidad y medios masivos: del Estado de bienestar al mercado (Primera edición ed.). Bogotá, Colombia: Universidad Cooperativa de Colombia (EDUCC)

## Bibliografía

Aimone, E. 2007. Los Pincheira: Una parábola de la transición chilena. Cuadernos de Información 21: 21-33.

ALSINA, Miquel Rodrigo : La construcción de la noticia, Ed. Paidós Ibérica, Barcelona, 1989

ÁLVAREZ, Jesús Timoteo (coord., 1989): Historia de los medios de comunicación en España: Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990). Barcelona, Ariel.

Antaki, Ch., et. al. 2003. El análisis del discurso implica analizar: Seis atajos analíticos. Atenea Digital 3: 1-22.

BAGUET, Josep Maria (1975): 18 años de TVE. Barcelona, Diáfora.

Barthes, R. 1971. Elementos de semiología. Madrid: Alberto Corazón Editor.

Bourdieu, P.2003. Doxa y vida cotidiana. En: Zizek, S. (ed). Ideología. México: FCE, pp. 295-308.

Bourdieu, P. 2000. El oficio del sociólogo. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

BUSTAMANTE, Enrique (2006): Radio y televisión en España: Historia de una asignatura pendiente de la democracia. Barcelona, Gedisa

CHOMSKY, Noam y HERMAN, Edward S. : Los guardianes de la libertad. Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas. Ed. Crítica, Barcelona, 1988.

CABRERO ALMENARA, Julio (1994): "Retomando un medio: la televisión educativa", en CMIDE-SAV: Medios de comunicación, recursos y materiales para la mejora educativa, Sevilla, CMIDE del Excmo. Ayuntamiento de Sevilla y SAV de la Universidad de Sevilla, 161-193

DE AGUILERA GAMONEDA, Joaquín (1980): La educación por televisión: un servicio público desatendido. Pamplona, Ediciones Universidad de Navarra, S. A.

Fairclough, N. 2003. El ACD como método para la investigación en ciencias sociales. En: Wodak, R. y Meyer, M. (eds.). Métodos de análisis crítico del discurso. Barcelona: Gedisa, pp.143-178.

Fraser, N. 2003. Nuevas reflexiones sobre el reconocimiento. *New Left Review* 4: 107-120.

Garretón, M.A. 2007. Del post pinochetismo a la sociedad democrática. Santiago: Prometeo.

Grice, H.P. 1991. Lógica y conversación. En: Valdés, L. (ed.). La búsqueda del significado. Madrid: Tecnos, pp. 551-530.

Kress, G. y Van Leeuwen, T. 1998. Front pages: (The critical) analysis of newspaper layout. En: Bell, A. y Garret, P. (Eds.) *Approaches to media discourse*. London: Blackwell, pp. 186-219.

Halliday, M.A.K. 1994. El lenguaje como semiótica social. Bogotá: FCE.

Halliday, M.A.K. y Hasan, H. 1990. *Language, context, and text: Aspects of language in a socio-semiotic perspective*. Oxford: Oxford University Press.

Hodge, R. y Kress, G. 1979. El lenguaje como ideología. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.

Larraín, J. 2007. El concepto de ideología. Santiago: LOM.

Pardo, M.L. 1996. *Derecho y lingüística: Cómo se juzga con palabras*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.

Pardo, M.L. 1986. Hacia una redefinición de las nociones de tema y rema. De la oración al discurso. *Cuadernos del Instituto de Lingüística* 1(1): 59-93.

PÉREZ TORNERO, José Manuel (1994): *El desafío educativo de la televisión*. Barcelona, Paidós

Reich, W. 1993. *La función del orgasmo*. Barcelona: Paidós.

Santander, P. 2007. ACD y análisis de los medios. En: Santander, P. (ed). *Discurso y crítica social*. Santiago: E.O.C, pp. 27-43.

Santander, P. y Aimone, E. 2006. The palace of La Moneda: From the trauma of the hawker hunters to the therapy of the signs. *Semiotica* 158: 365-382.

Saussure, F. 1997. *Curso de lingüística general*. Buenos Aires: Losada.

Sayago, S. 2007. La metodología de los estudios críticos del discurso. En: Santander, P. (ed). *Discurso y crítica social*. Santiago: E.O.C, pp. 45-59.

Sperber, D. y Wilson, D. 1994. *La relevancia*. Madrid: Visor.

Tannen, D. 1996. *Género y discurso*. Barcelona: Paidós.

Thompson, J. 1998. *Los media y la modernidad*. Barcelona: Paidós Comunicación.

Valles, M. 2000. *Técnicas cualitativas de investigación social*. Madrid: Síntesis.

Van Dijk, T. 2000. *El discurso como interacción social*. Barcelona: Gedisa.

VAN DIJK, TEUN, A. : *Racismo y análisis crítico de los medios*. Ed. Paidós, Barcelona, 1997.

Verón, E. 1984. *Semiosis de lo ideológico y del poder*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.

## ANEXO NO. 1

CUESTIONARIO.  
UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA  
FACULTAD DE DERECHO



*Angel Giovanni Jimenez Becerra*

Medios De Comunicación Televisivos Y Su Impacto En Las Decisiones Políticas.

1. Los canales televisivos más vistos por usted son :
  - A. Señal Colombia y Canal capital
  - B. RCN Y CARACOL
  - C. Discovery Chanel y History chanel
  - D. Ninguno de los anteriores
  
2. ¿Con que frecuencia ve estos canales de televisión?
  - A. Todos los días
  - B. Una vez a la semana
  - C. Cada 15 días
  - D. Casi nunca
  
3. ¿En los canales televisivos que usted mas frecuenta trasmiten propaganda política?
  - A. Siempre
  - B. Pocas Veces
  - C. Casi siempre
  - D. No Sabe
  
4. ¿Considera que la propaganda y contenido transmitido por CARACOL y RCN influyó en su voto del plebiscito del 2 de octubre de 2016?
  - A. Totalmente
  - B. No tuvo nada que ver
  - C. Probablemente
  - D. No sabe

Cuestionario aplicado a 150 personas de la Localidad de Ciudad Bolívar, en el periodo comprendido entre enero a julio de 2018.

## ANEXO NO. 2



COPIA

Bogotá D.C. 28 agosto de 2018

Señor:  
**RCN TELEVISIÓN ( A quien corresponda atender el presente asunto)**  
 Ciudad: **BOGOTÁ.**

**REF: Solicitud de información**  
**(Artículo 23 CN - Derecho de Petición)**

**HECTOR ANDRÉS MUÑOZ RAMÍREZ**, Identificado con cédula de ciudadanía N° 1.018.481.131 de Bogotá, en ejercicio del derecho de petición que consagra el artículo 23 de la Constitución Política y las disposiciones pertinentes de la Ley 1755 de 2015 "Reglamentaria del Derecho Fundamental de Petición", respetuosamente presento la siguiente solicitud :

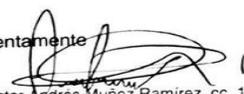
**I. HECHOS:**

1. Actualmente me encuentro vinculado a la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, en calidad de estudiante de último año del programa de Derecho.
2. En virtud de lo anterior, estoy proyectando mi tesis de grado, la cual versa sobre el tema de medios de comunicación televisivos.
3. Es de valiosa importancia su apoyo en materia informativa y documental sobre el tema de responsabilidad social de la televisión en Colombia.

**II. PRETENSIONES**

1. Se me informe de manera especial cual es el papel que cumple el Canal RCN televisión, en consecución del cumplimiento de los fines y principios de la televisión en Colombia, en materia educativa y cultural.
2. Se me informe que programa o programas dentro de la parrilla de televisión diaria, cumple con los principios de educación y cultura del televidente.
3. Se me informe cual es la responsabilidad social del Canal RCN televisión

Atentamente

  
 Héctor Andrés Muñoz Ramírez cc. 1018481131  
 Dirección: Calle 45 No. 45-47 Interior 7 apto 804 Bogotá.  
 Teléfono: 3223088073

Derecho de petición radicado el día 28 de agosto de 2018, en RCN Televisión, solicitando que se informara que programa o programas de la parrilla cumplen con los principios de educación y cultura del televidente. Derecho de petición del cual no se obtuvo respuesta.

**ANEXO NO. 3**

Sustentación de proyecto de ley de regulación de medios, el día 12 de septiembre de 2018, ante comisión de proyectos conjunta del Senado del Republica y de la Cámara de Representantes, en su orden de izquierda a derecha, Martha Marmolejo Representante, Juan Felipe Lemus Uribe Senador, Oscar Ocampo promotor comité de proyectos partido de la U, Oscar Tulio Lizcano Representante, Héctor Andrés Muñoz Ramírez Ponente.